



BILAN DE LA PFM ET DE L'AGRÉGATION DE COMPTES BANCAIRES EN FRANCE, BELGIQUE ET LUXEMBOURG

Étude
janvier 2020

AVANT PROPOS

Au nom de Square, groupe de conseil en stratégie et organisation, je suis ravi de vous présenter cette enquête sur les outils d'agrégation bancaire et de Personal Finance Management (PFM). Cette étude a été réalisée sur le second semestre 2019, sur trois pays: la France, la Belgique et le Luxembourg. Elle est composée de trois parties distinctes.

En premier lieu, elle présente un comparatif des fonctionnalités d'agrégation de comptes bancaires et de gestion des finances personnelles («Personal Finance Management» ou «PFM») fournies par les principaux acteurs des marchés français, belge et luxembourgeois. Le panel d'acteurs intégrés dans l'étude a été choisi de manière large et intègre à la fois des banques traditionnelles, des banques en ligne, des néo-banques et des FinTech.

En second lieu, elle présente les résultats d'un sondage réalisé en France et en Belgique auprès d'un échantillon de 600 personnes représentatives de la population de ces deux pays. Ce sondage fournit d'intéressantes indications sur le niveau de connaissance et d'appétence pour les fonctionnalités d'agrégation et de Personal Finance Management.

En troisième lieu, elle présente les interviews de personnalités qualifiées dans les domaines de l'agrégation et du Personal Finance Management. Ces personnalités qualifiées sont issues de banques traditionnelles, de FinTech ou de fournisseurs de solutions de PFM. Les interviews

exposent leur vision de l'évolution potentielle de ces outils dans les prochaines années.

Cette étude montre que les outils d'agrégation de comptes et de Personal Finance Management sont encore relativement peu connus des clients et que leur utilisation ne concerne encore qu'une proportion minoritaire d'entre eux. Cependant, deux éléments nous paraissent augurer que ces outils vont à l'avenir connaître un développement important. Le premier est l'appétence pour les fonctionnalités fournies par ces outils, beaucoup plus forte chez les jeunes et la population la plus éduquée. Cette caractéristique statistique est, en général, un indice d'un marché naissant, appelé à croître dans le futur. En second lieu, ces outils ne sont aujourd'hui qu'au tout début de leur performance: la technologie (et plus particulièrement l'intelligence artificielle) et également l'expérience client vont, dans les prochaines années, connaître de grands progrès et permettre d'optimiser les cas d'usage, en rendant des services concrets et de haute valeur aux clients: anticiper des soldes débiteurs, informer les clients lors d'un mouvement non habituel etc. Lorsque ces cas d'usage fourniront une vraie valeur aux clients, nul doute que ces outils, aujourd'hui parfois perçus comme des «nice to have», deviendront un «must have». Ils permettront, aux acteurs qui les maîtriseront, d'être en bonne position pour devenir le teneur de compte principal du client.

Bonne lecture

Marc CAMPI, Partner Square



Remerciements à AUDREY DHELLEMMES ET MARGAUX RUDNICKI.
Remerciements aux contributeurs de l'étude: Eric DE MECKENHEIM, Geoffrey LALOUX, Jérémie ALBIGES, Marc CAMPI, Stéphane PAILLER et Wendy DONET.

Nous tenions à remercier les personnalités interviewées: Jason CURTIS et Dorel BLITZ pour Personetics, Thomas DE BOE pour Keytrade, Jérôme BOUROT pour BIL, Romain BIGNON pour Budget Insight, Pierre VILLEROY DE GALHAU et David GODAT pour Boursorama Banque, Alexandre GIROS pour La banque postale et Christophe LEROY pour BGL BNP Paribas.

SOMMAIRE

AVANT PROPOS.....	3
1. PFM & AGRÉGATION AUJOURD’HUI.....	6
2. ÉTAT DES LIEUX DES APPLICATIONS BANCAIRES EN FRANCE, BELGIQUE ET AU LUXEMBOURG.....	8
2.1. Méthodologie.....	10
2.2. Les banques traditionnelles françaises.....	12
2.3. Les banques en ligne françaises.....	18
2.4. Les Fintech spécialisées.....	22
2.5. Analyse et état des lieux des applications bancaires en France.....	26
2.6. Les banques belges.....	27
2.7. Analyse et état des lieux des banques en Belgique.....	32
2.8. Les banques luxembourgeoises.....	33
2.9. Analyse et état des lieux des applications bancaires luxembourgeoises.....	37
2.10. Les néo-banques internationales.....	38
2.11. Analyse et état des lieux des applications bancaires des néo-banques internationales.....	40
2.12. Synthèse des fonctionnalités par banque testée.....	41
3. ANALYSE QUANTITATIVE FRANCE / BELGIQUE.....	46
3.1. Méthodologie.....	48
3.2. Le marché bancaire en France et en Belgique.....	49
3.2.1. Le marché bancaire en France.....	50
3.2.2. Le marché bancaire en France, ce qu’il faut retenir.....	54
3.2.3. Le marché bancaire en Belgique.....	55
3.2.4. Le marché bancaire en Belgique, ce qu’il faut retenir.....	58
3.3. L’agrégation de comptes en France et en Belgique.....	59
3.3.1. L’agrégation de comptes en France.....	60
3.3.2. L’agrégation de comptes en France, ce qu’il faut retenir.....	64
3.3.3. L’agrégation de comptes en Belgique.....	65
3.3.4. L’agrégation de comptes en Belgique, ce qu’il faut retenir.....	67
3.4. La PFM : Personal Finance Management.....	68
3.4.1. La PFM : Personal Finance Management en France.....	69
3.4.2. La PFM : Personal Finance Management en France, ce qu’il faut retenir.....	74
3.4.3. La PFM : Personal Finance Management en Belgique.....	75
3.4.4. La PFM : Personal Finance Management en Belgique, ce qu’il faut retenir.....	77
4. NOS INTERVIEWS D’EXPERTS.....	78
PERSONETICS - Jason Curtis & Dorel Blitz.....	80
KEYTRADE - Thomas de Boe.....	82
BIL - Jérôme Bourot.....	84
BUDGET INSIGHT - Romain Bignon.....	90
BOURSORAMA BANQUE - Pierre Villeroy de Galhau & David Godat.....	94
LA BANQUE POSTALE - Alexandre Giros.....	96
BGL BNP PARIBAS - Christophe Leroy.....	99
5. CONCLUSION.....	104
6. À PROPOS DE SQUARE.....	108
CONTACT.....	109

1.

PFM & AGRÉGATION DE COMPTES AUJOURD'HUI

Avènement et développement des applications de Personal Finance Management (PFM) et d'agrégation de comptes

Les premiers services de PFM et d'agrégation de comptes ont été inventés par des FinTech aux Etats-Unis, au début des années 2000, avec Yodlee ou encore Mint. Une décennie plus tard, les premiers acteurs français se sont créés : Linxo en 2010, Bankin' et Fiduceo en 2011 et Budget Insight en 2012. A l'origine, le service d'agrégation de comptes répondait aux besoins de personnes multi-bancarisées, de centraliser, en une seule interface, tous leurs comptes bancaires. Progressivement, les FinTech ont ajouté de nouveaux services : catégorisation des dépenses, visualisation de factures, capacité à créer des budgets pour des projets, initiation de virement etc. Les FinTech sont devenues des acteurs incontournables dans la gestion des comptes au quotidien, et ce pour tout type de clients, y compris pour les clients mono-bancarisés. La qualité des services proposés et la fluidité de leurs interfaces se différenciaient nettement des banques traditionnelles, pour permettre une meilleure expérience utilisateur.

Une arrivée controversée dans le monde bancaire

L'ascension des FinTech françaises et européennes ne s'est pas faite sans difficulté.

En effet, pour restituer des données bancaires à leurs clients, les agrégateurs avaient besoin d'accéder aux données des comptes bancaires. Les agrégateurs ont utilisé les techniques de screen scraping¹ afin de récupérer les données des clients directement sur leur espace personnel, avec l'accord du client, mais sans celui de la banque teneur de compte.

Un bras de fer opposa alors les banques qui considéraient le screen scraping comme une technique non-sécurisée et non cadrée juridiquement et les agrégateurs de comptes qui souhaitaient poursuivre leurs activités et apporter un service innovant à leurs clients.

L'adoption de la deuxième Directive sur les Services de Paiement, la DSP2, a apporté quelques réponses. Cette directive avait pour objectifs d'ouvrir le marché avec le développement des FinTech « agrégateurs de comptes » et « initiateurs de paiement » et de renforcer la sécurité des clients.

La DSP2, dont l'entrée en vigueur effective était fixée au 14 septembre 2019, oblige les banques européennes à fournir les données relatives aux comptes de paiement de leurs clients, si la demande d'accès aux données provient d'un TPP², à condition que ce dernier dispose d'un agrément.

Les informations doivent être sécurisées au travers d'interfaces applicatives sécurisées – les « API » - et par la mise en place d'un système d'authentification forte.

Même si cette directive n'a pas totalement stabilisé le terrain d'opérations des agrégateurs³ et si sa mise en œuvre a pris du retard, elle a permis de valider l'arrivée de ces nouveaux acteurs sur le marché. Elle a également permis aux banques traditionnelles de faire évoluer leur position. Celles-ci se sont engagées à proposer à leurs clients des services d'agrégation et de PFM sur leurs interfaces digitales. Dans de nombreux cas, les solutions proposées par les banques sont construites en partenariat avec les FinTech : Boursorama et Société Générale ont une solution développée par Fiducéo, BNP Paribas en France a une solution Budget Insight, Crédit Agricole a une solution Linxo, etc.

Une nouvelle ère de concurrence s'ouvre pour la banque au quotidien

Comme le souhaitaient les autorités européennes, les conditions sont désormais réunies pour que s'instaure une nouvelle ère de concurrence sur le marché de la banque au quotidien. Cette concurrence sera multiforme :

- Il s'agira d'une concurrence entre les FinTech et les banques : les consommateurs pourront en effet choisir, pour la consultation de leurs comptes et leurs actes de gestion simple, soit les solutions proposées par leur agrégateur, soit celle proposées par leur banque. Il est, à cet égard, intéressant de constater que les agrégateurs cherchent à renforcer leur proposition de valeur ; dès

2020, Linxo offrira ainsi la possibilité à ses utilisateurs d'ouvrir un compte de paiement associé à une carte Visa directement via son application.

- Il s'agira également d'une concurrence entre banques. Celles qui sauront apporter des services à haute valeur ajoutée et qui proposeront la meilleure expérience client auront le plus de chances de conserver la relation principale avec le client.

Malgré cette concurrence entre FinTech et banques traditionnelles, les fonctionnalités d'agrégation de comptes et de PFM sont encore peu connues et utilisées par les clients, comme le démontre l'état des lieux ci-après.

1. Le « screen scraping » est une technologie utilisée jusqu'à ce jour par les TPP pour venir aspirer les données des clients présentes dans leurs applications bancaires. Cette aspiration s'effectue sans l'aval de la banque. 2. Ces TPP (Third Party Provider) se divisent en deux catégories : les AISP (Account Information Service Provider) c'est-à-dire les agrégateurs de comptes et les PISP (Payment Initiation Service Provider), c'est-à-dire les initiateurs de paiement. 3. En particulier, la directive ne couvre que les comptes de paiement et laisse en « zone grise » la question des autres comptes (épargne, crédit) alors que les agrégateurs fournissent aujourd'hui un service qui concerne l'ensemble des comptes du client.



2.

ETAT DES LIEUX DES APPLICATIONS BANCAIRES EN FRANCE, BELGIQUE ET AU LUXEMBOURG

2.1.

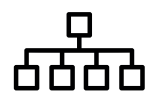
MÉTHODOLOGIE

Ce benchmark a été réalisé en se basant sur les fonctionnalités présentes au sein des applications d'acteurs bancaires ainsi que de FinTech spécialisées. L'état des lieux a été réalisé en prenant en compte des grandes familles de fonctionnalités.



AGRÉGATION

- Agrégation de comptes cross-pays
- Type de comptes agrégés
- Regroupement des comptes par thématique/catégorie
- Choix des comptes à agréger
- Agrégation soumise à la directive sur les services de paiement



CATÉGORISATION

- Catégorisation automatique des dépenses
- Catégorisation manuelle des dépenses
- Tag des transactions et mouvements
- Moteur de recherche sur les transactions / mouvements
- Edition de libellé et ajout de note



ANALYSE BUDGÉTAIRE

- Vision sur les opérations du mois en cours
- Vision sur la capacité d'épargne mensuelle
- Historique sur les opérations des mois passés
- Vision prédictive des dépenses et revenus
- Vision prédictive de l'épargne
- Calcul prévisionnel du solde bancaire
- Export d'opérations
- Paramétrage de période (budget et catégorisation)



ALERTES ET NOTIFICATIONS, EN CAS DE :

- Solde défini sur le compte
- Dépassement de solde personnalisable
- Hausse ou baisse du cours d'une action
- Risque de découvert non autorisé
- Dépense anormale
- Catégorie de dépense qui augmente fortement
- Réception ou envoi d'un paiement (paiement digital ou physique)



COACHING FINANCIER

- Proposition d'opportunité liée au profil (produits et services bancaires)
- Proposition d'opportunité liée au profil (produits et services non-bancaires)
- Suggestion d'épargne/ virement vers compte courant
- Résiliation d'abonnement non-bancaire
- Comparaison des offres bancaires
- Comparaison des offres non-bancaires
- Définition d'objectif budgétaire
- Sous-compte/ épargne
- Conseils sur les dépenses



AUTRES

- Aide au financement de projet (crédit instantané ou prêt classique)
- Agrégation documentaire et suivi de facture
- Epargne/ virement automatique (hors ordre permanent et domiciliation)
- Initiation de paiement (PISP dans le cadre de la DSP2)

Dans l'état des lieux ci-après :

- Les graphiques jaunes représentent les fonctionnalités gratuites.
- Les graphiques gris montrent les fonctionnalités supplémentaires payantes.

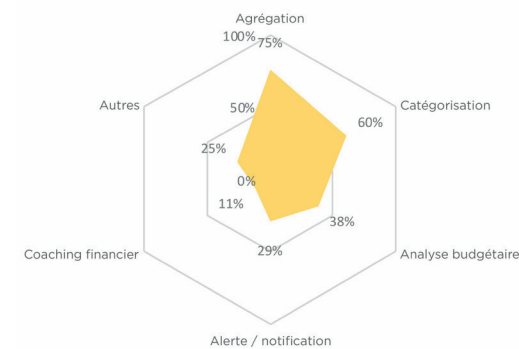
La liste des applications testées n'est pas exhaustive et représente un échantillon des marchés français, belge et luxembourgeois.

2.2. LES BANQUES TRADITIONNELLES FRANÇAISES

Square
DONNER DU FUTUR AU TALENT



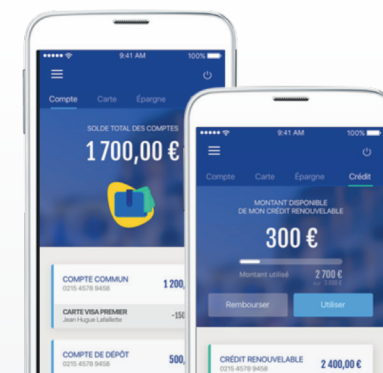
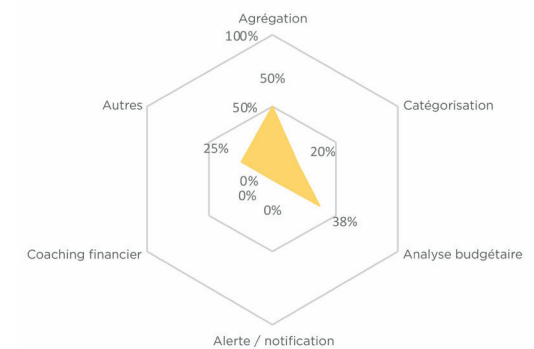
Le Crédit Agricole met à disposition de ses clients une fonctionnalité d'agrégation de comptes pour agréger des comptes détenus dans d'autres banques françaises. La banque met aussi à disposition de nombreuses fonctionnalités de catégorisation mais peu de fonctionnalités de Personal Finance Management. Le client a la possibilité de catégoriser ses mouvements et de visualiser ensuite les parts que représente chaque catégorie dans ses dépenses et revenus au quotidien.



- ⊕ Définition d'objectifs budgétaires.
- ⊖ Peu de fonctionnalités d'analyse budgétaire et de coaching financier.



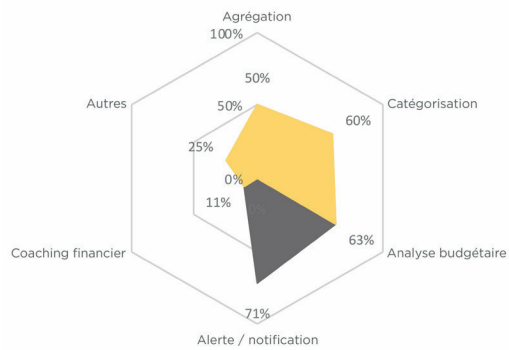
LCL permet à ses clients de faire de l'agrégation de comptes sur leurs comptes détenus par une autre banque française. Néanmoins, la banque n'offre pas encore de fonctionnalité de catégorisation ou d'analyse budgétaire : il n'est pas possible de catégoriser une dépense ou un revenu ni d'établir un budget.



- ⊕ Agrégation de comptes externes.
- ⊖ Aucune fonctionnalité d'analyse budgétaire, de catégorisation et de coaching financier, pas d'alerte personnalisable.



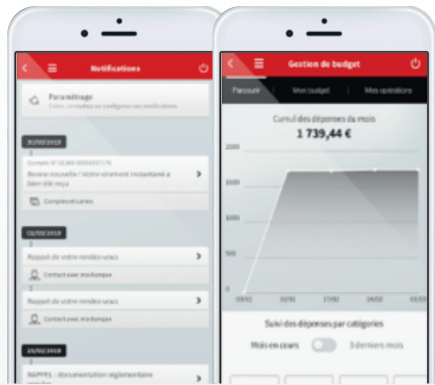
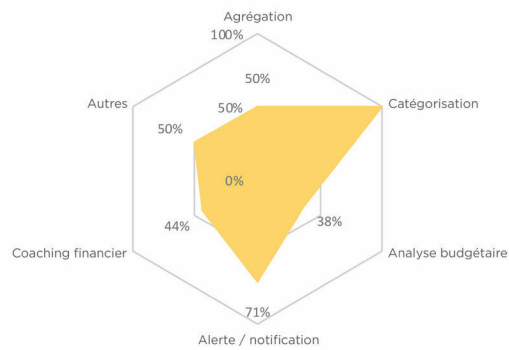
L'application de BNP Paribas offre de nombreux services : l'agrégation de comptes détenus par d'autres banques, des fonctionnalités de catégorisation, mais aussi des fonctionnalités d'analyse budgétaire et d'alertes (qui sont payantes). Concernant l'analyse budgétaire, l'application présente, grâce aux dépenses à venir notamment, le solde prévisionnel du client, ainsi que les dépenses et revenus, tout le long du mois.



- + Proposition d'opportunités bancaires liées au profil, calcul du solde prévisionnel.
- Alertes payantes, peu de coaching financier.



L'application de la Société Générale propose un ensemble de fonctionnalités complètes : agrégation de comptes, catégorisation et coaching financier. La Société Générale propose une catégorisation automatique et manuelle, une définition d'objectifs budgétaires, une agrégation documentaire auprès de plus de 800 prestataires et des solutions de suggestion d'épargne, permettant ainsi d'accompagner au mieux ses clients.

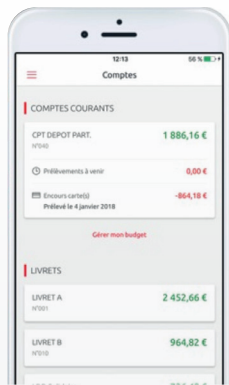
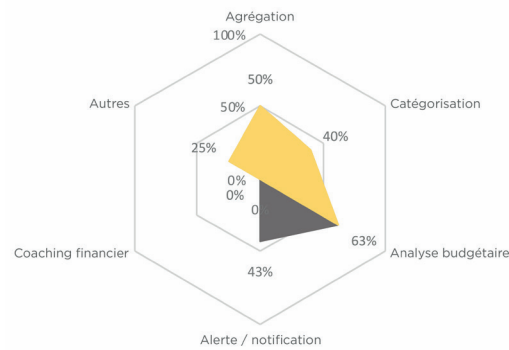


- + Agrégation documentaire, définition d'objectifs budgétaires pour suivre au mieux ses finances.
- Agrégation seulement française, peu d'analyse budgétaire.



CAISSE D'ÉPARGNE

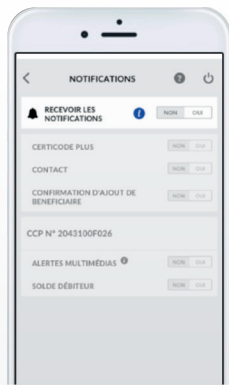
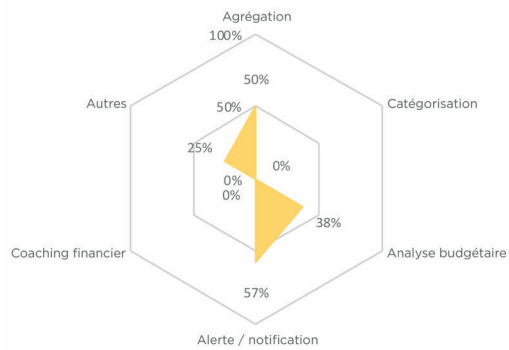
L'application de la Caisse d'épargne propose des services tels que l'agrégation de comptes dans certaines banques françaises, un service de catégorisation automatique et une analyse des dépenses et revenus par catégorie avec possibilité de paramétrer la période de référence. La Caisse d'Épargne se dote par ailleurs d'un service annexe payant, AlertEcureuil qui permet de recevoir des alertes personnalisées sur la situation de ses comptes et de ses revenus/dépenses.



- + Paramétrage de la période de référence pour l'analyse budgétaire par catégorie de dépenses, calcul du reste à dépenser, etc.
- Les alertes (AlertEcureuil) sont payantes.



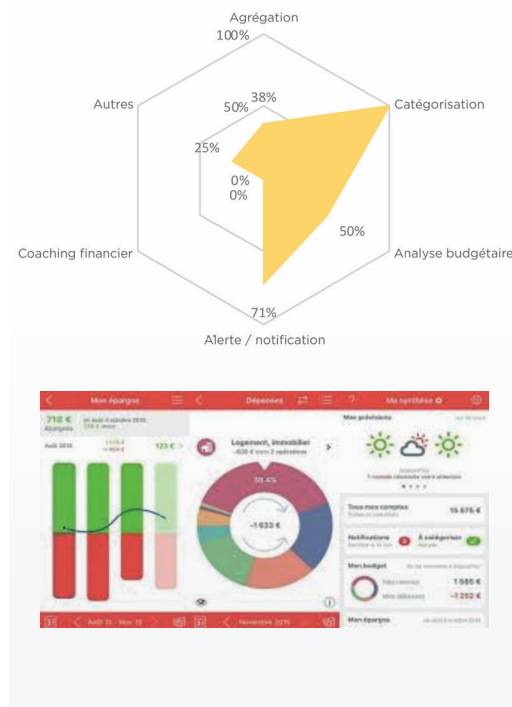
La Banque Postale met à disposition une fonctionnalité d'agrégation de comptes permettant au client de visualiser les comptes courants et les comptes épargnes d'une cinquantaine de banques françaises.



- + Fonctionnalité d'agrégation de comptes des principales banques françaises.
- Pas fonctionnalité d'analyse budgétaire et de PFM à date.



HSBC met à disposition de ses clients une application spécifique gratuite dédiée à la gestion de leurs finances personnelles «Personal Economy». Cette application comprend des fonctionnalités de catégorisation des dépenses et un algorithme auto-apprenant à chaque nouvelle transaction (du client ou de l'ensemble des clients HSBC). Les fonctionnalités d'analyse budgétaire permettent au client d'avoir accès à son solde prévisionnel jusqu'à 30 jours, de calculer, chaque mois, sa capacité d'épargne mensuelle et de suivre son évolution. L'application «Personal Economy» n'offre aucune fonctionnalité transactionnelle, disponible sur l'application banque HSBC. L'application ne propose pas de réelles ressources aidant le client à gérer son argent.



- + La FAQ, la catégorisation (avec possibilité de catégoriser en hors-budget pour pallier les erreurs de comptabilisation entre comptes internes).
- Une application distincte de l'application bancaire, peu de coaching financier.



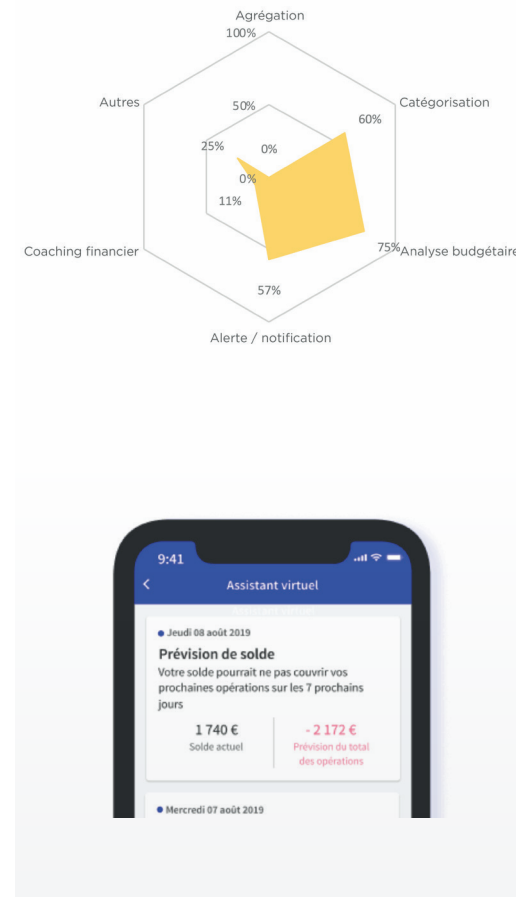
L'application du Crédit Mutuel offre des fonctionnalités de catégorisation et d'analyse budgétaire. Avec Budget Plus (service payant), le Crédit Mutuel permet à ses clients de bénéficier de services d'épargne sur mesure: en fonction de l'excédent sur le compte, des virements automatiques vers les comptes épargnes sont possibles. Et inversement, lorsque le compte courant risque des frais de découvert, Budget Plus réalimente le compte grâce à l'épargne disponible



- + Les fonctionnalités du service payant: virement automatique, épargne automatique, etc.
- Peu de fonctionnalités de coaching sur le service gratuit.



Axa Banque, en France, vient de dévoiler une nouvelle application dotée d'un assistant virtuel permettant de fournir des alertes ciblées et personnalisées aux clients, pour les aider à mieux gérer leurs comptes. Cette nouvelle application permet, entre autres, d'accéder à une analyse budgétaire détaillée et permet d'être alerté de tout mouvement sur le compte. La fonctionnalité appelée «Service Alerte Compte» est très complète.



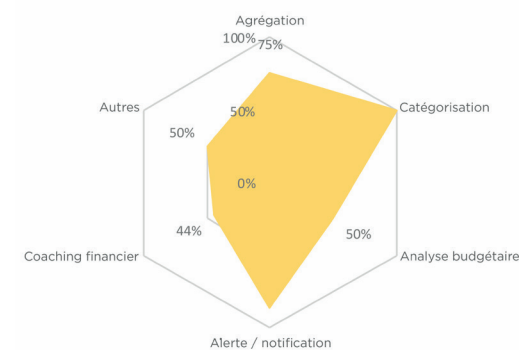
- + L'utilisation des alertes ainsi que l'analyse budgétaire.
- Pas d'agrégation de comptes et peu de réel coaching financier.

2.3. LES BANQUES EN LIGNE FRANÇAISES

Square
DONNER DU FUTUR AU TALENT



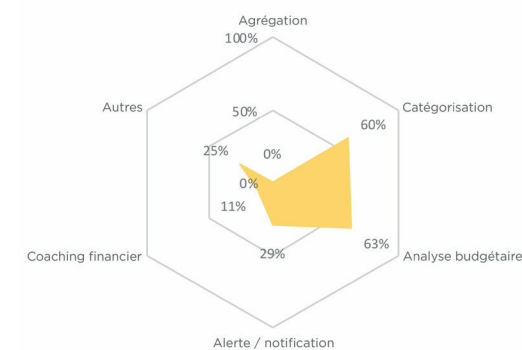
Boursorama Banque propose dans son web banking un certain nombre de fonctionnalités, aussi bien de PFM que d'agrégation de comptes. L'application permet aux clients d'agréger des comptes français et de catégoriser les dépenses et les revenus. Le Coach Budget, mis à disposition par la banque, propose aussi aux clients des objectifs d'épargne simples grâce à des conseils adaptés et à des notifications intelligentes. Le Coach Budget aide les clients à détecter les situations dans lesquelles ils peuvent épargner.



- + Fonctionnalités de budgétisation et un coach épargne permettant de suggérer de l'épargne, agrégation documentaire.
- Peu d'analyses budgétaires et de coaching financier en dehors de l'épargne de précaution.



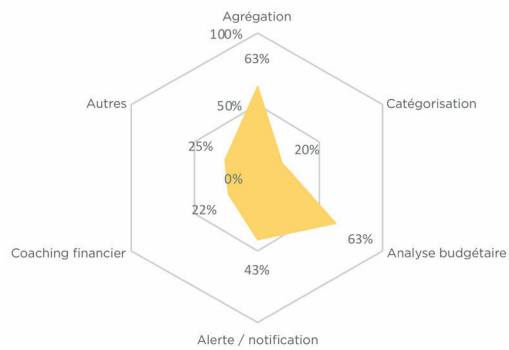
BforBank ne propose pas d'agrégation au sein de son application mais propose le téléchargement d'une application nommée «Mes Banques» pour cette fonctionnalité. L'application BforBank possède également des fonctionnalités d'analyse budgétaire et permet aux clients de créer de nouveaux budgets pour suivre plus efficacement leurs dépenses.



- + Fonctionnalité de budgétisation et d'analyse budgétaire.
- Une deuxième application pour l'agrégation de comptes, peu de coaching financier.



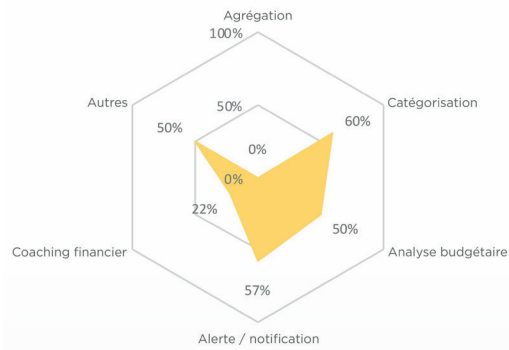
ING France met à disposition de ses clients une plateforme bancaire traditionnelle répondant aux besoins des clients sur des problématiques quotidiennes : le Coach Epargne développé par la banque permet de connaître son statut d'épargne en répondant à quelques questions. Il calcule le montant de l'épargne de précaution qui doit être disponible pour garantir un confort en cas d'imprévu. L'outil met aussi à disposition des clients des offres bancaires personnalisées et est capable de proposer une répartition du patrimoine financier.



- + Un outil de calcul de l'épargne de précaution en fonction du profil, proposition de répartition du patrimoine financier.
- Pas ou peu de fonctionnalités de catégorisation, d'analyse budgétaire et de coaching financier.



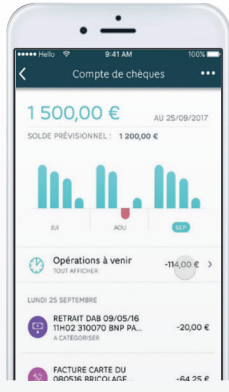
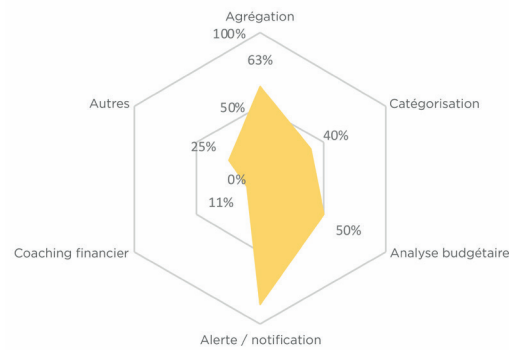
Monabanq met à disposition de ses clients une application avec des fonctionnalités de catégorisation mais aussi d'analyse budgétaire, notamment sur le calcul de la capacité d'épargne mensuelle. Parmi les fonctionnalités phares de la banque, on retrouve l'écrêtage, service proposé gratuitement, qui permet au client de définir de l'épargne automatique en fonction du solde de son compte courant. La banque met aussi à disposition une « carte épargne » permettant, pour tout achat d'arrondir au montant supérieur afin d'alimenter un compte épargne. Par ailleurs, son programme « &Vous by monabanq » lancé en 2007 consiste à accompagner les clients dans la gestion de leur budget. Cet outil personnalisé distille des conseils selon les revenus, l'âge, les besoins ou la profession. C'est un service annexe.



- + La fonction écrêtage pour l'épargne automatique, la « carte épargne ».
- Pas d'agrégation de comptes, un outil de coaching financier en dehors de l'application, décorrélé des informations personnelles du client.



Hello bank !, la banque en ligne de BNP Paribas met à disposition de ses clients une application avec des fonctionnalités d'agrégation de comptes et de catégorisation. L'application permet de choisir la plage d'analyse budgétaire (jusqu'à 15 mois glissants) et de créer des objectifs budgétaires par catégorie. Le client a la possibilité de se créer des alertes et des notifications sur l'état de ses comptes, de ses paiements et de la bourse.



- + Paramétrage de la période de référence pour l'analyse budgétaire, création d'objectifs budgétaires, personnalisation des alertes.
- Peu de fonctionnalités d'analyse budgétaire et de coaching financier.

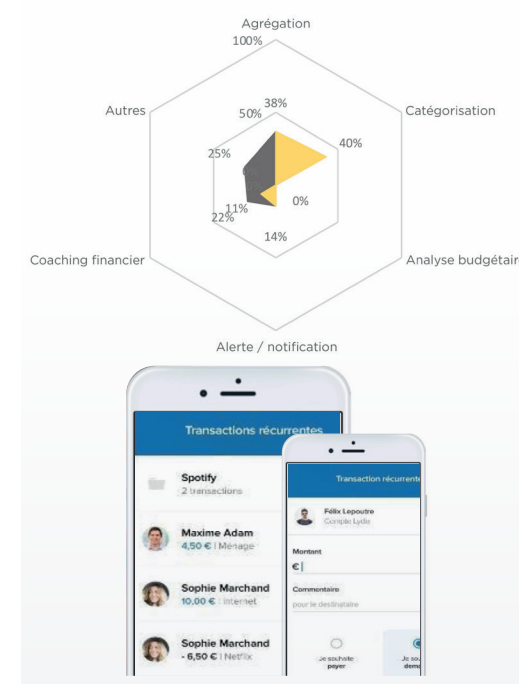
2.4.

LES FINTECH SPÉCIALISÉES

Square
DONNER DU FUTUR AU TALENT



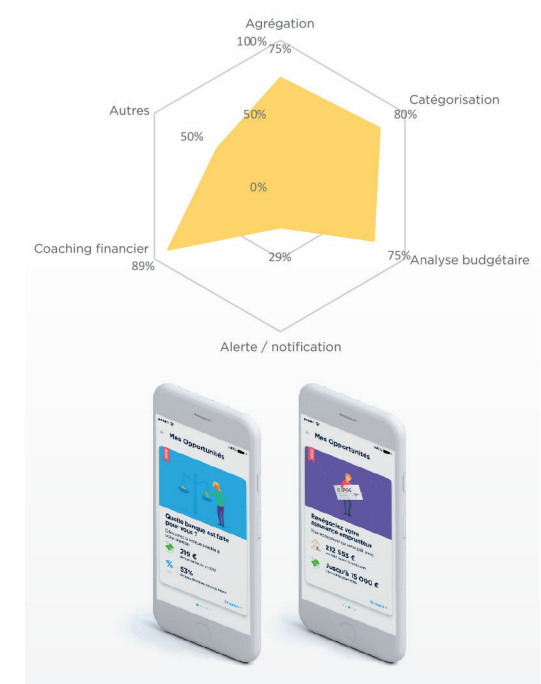
A la base, Lydia est un service de paiement mobile, permettant à ses utilisateurs d'envoyer et de recevoir de l'argent. La FinTech propose désormais des fonctionnalités d'agrégation de comptes dans différentes banques, même si la version gratuite ne permet pas d'agrégier autant de banques que souhaité. L'ensemble des transactions et des mouvements liés aux comptes ne seront pas disponibles dans l'application. Lydia ne propose pas à proprement parlé d'analyse budgétaire ou de PFM. La start-up met en place des fonctionnalités de gestion quotidienne de budget, comme la mise en place de sous-comptes, permettant de créer des budgets pour des catégories de dépenses. Il ne s'agit pas de budgétisation au sens catégorisation mais bel et bien d'espace bancaire alimenté par des fonds, à utiliser dans un but précis chaque mois ou bien pour un projet plus long comme un voyage.



- + Création de sous-comptes en mode premium pour mieux gérer son épargne.
- N'est pas un outil à proprement parlé de PFM et d'agrégation de comptes.



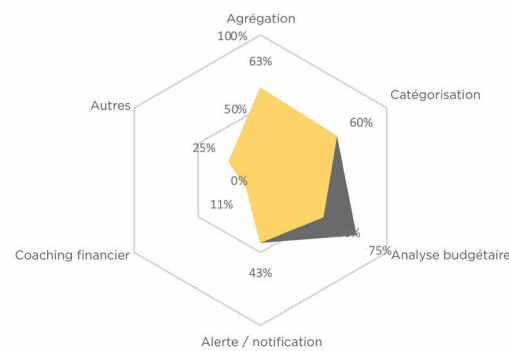
Bankin' est un outil d'analyse budgétaire et de coaching financier. L'application est en mesure d'accompagner les clients dans plusieurs problématiques de vie et de gestion quotidienne. Il est possible d'accéder à des suggestions de produits / services bancaires et non bancaires en fonction de son profil. L'application permet de comparer les services bancaires et non-bancaires présents dans les dépenses récurrentes (électricité, téléphonie, etc.). L'application permet de catégoriser les dépenses et de les budgétiser, de planifier un nouveau projet : calcul de la mensualité en fonction de la date du projet. Elle comprend le mini crédit instantané, en partenariat avec la Banque Casino. Bankin'+ offre d'autres avantages dont la possibilité de bénéficier de conseils personnalisés prodigués par un professionnel.



- + Outil complet sur la partie de coaching financier et d'analyse budgétaire.
- L'application n'offre pas la possibilité d'avoir des sous-comptes pour gérer ses projets et de suivre en détail l'avancée d'un projet.



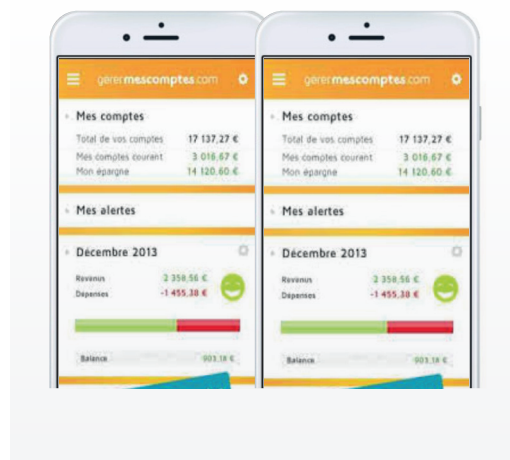
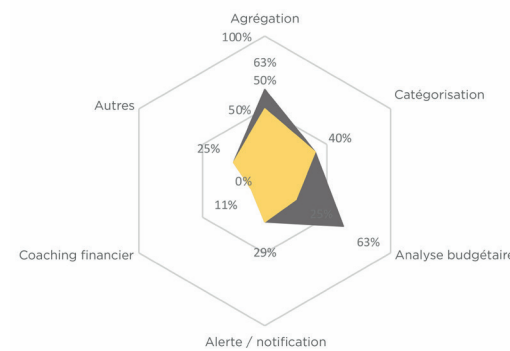
L'application de Budget Insight, Budgea, comprend l'agrégation de comptes, l'analyse budgétaire, la catégorisation, les prévisions sur solde, la balance revenus / dépenses et la suggestion d'épargne mensuelle. L'application permet de suivre ses dépenses grâce à la catégorisation et de définir des objectifs budgétaires pour chaque catégorie de dépenses. Il n'est pas possible de définir des périodes personnalisées: un client recevant par exemple son salaire le 15 du mois ne pourra pas gérer ses finances avec des plages mensuelles allant du 1^{er} au 30 de chaque mois.



- ⊕ Des fonctionnalités d'agrégation de comptes, d'analyse budgétaire, de catégorisation, de prévision et des suggestions d'épargne.
- ⊖ Pas de choix de la période de référence pour la catégorisation, peu d'alertes à paramétrer, peu de fonctionnalités de coaching financier lié notamment à l'épargne.



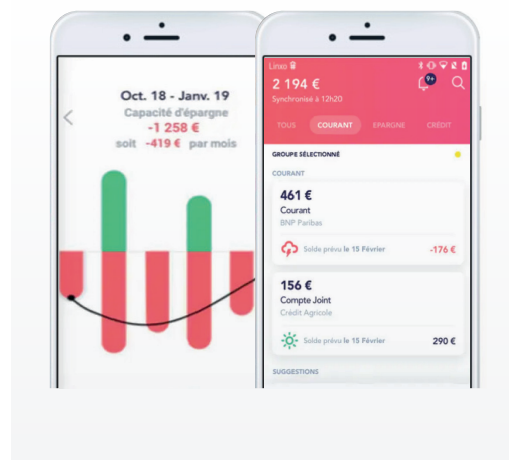
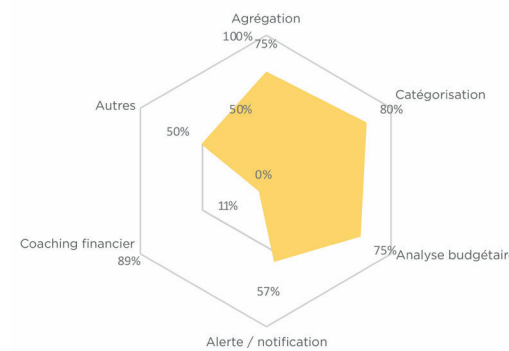
L'application Gérer mes comptes propose de la catégorisation de mouvements ainsi qu'une partie d'analyse budgétaire. L'application met aussi à disposition des clients un coffre-fort virtuel pour archiver des factures et des documents. L'offre Premium permet d'enregistrer des échéances, pour les paiements récurrents, permettant d'avoir une vision prévisionnelle de ses dépenses. L'évolution du solde est aussi une fonctionnalité proposée en premium.



- ⊕ Coffre-fort virtuel pour les documents.
- ⊖ Des fonctionnalités accessibles via l'offre premium, pas de fonctionnalité de coaching financier.



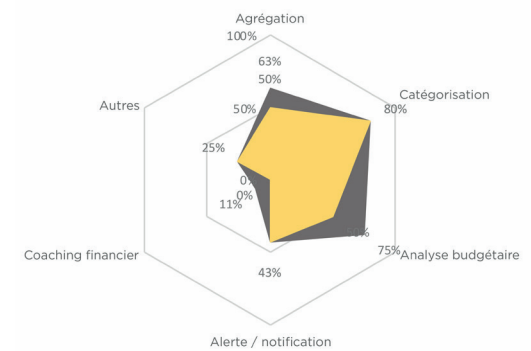
Linxo offre une application avec des fonctionnalités d'agrégation de comptes et de catégorisation. L'offre gratuite peut être enrichie de l'offre payante, plus complète, aussi bien sur les périodes de prise en compte des analyses, que sur le calcul du solde prévisionnel grâce aux opérations récurrentes notamment. Linxo offre aussi la possibilité d'établir des budgets par grandes catégories de dépenses.



- ⊕ Budgétisation par catégorie, initiation de paiement.
- ⊖ Des fonctionnalités accessibles via l'offre payante, pas de fonctionnalité de coaching financier.



Nestor, l'outil et application de catégorisation de paiement et d'analyse budgétaire créé par la MAIF en partenariat avec Linxo permet aux clients avant tout d'agréger des comptes détenus dans des banques françaises et de catégoriser leurs dépenses et revenus. Nestor+, l'offre payante, permet de disposer d'une vision prédictive de ses dépenses et du solde, pour réaliser des projets. Nestor offre aussi de l'initiation de paiement.



- ⊕ Fonctionnalités d'agrégation de comptes, de catégorisation et d'initiation de paiement.
- ⊖ Des fonctionnalités accessibles via l'offre payante, pas de fonctionnalité de coaching financier.

CONCLUSION

2.5.

ANALYSE ET ÉTAT DES LIEUX DES APPLICATIONS BANCAIRES EN FRANCE

Contrairement au marché belge et luxembourgeois (voir ci-après) de nombreuses FinTech et banques françaises proposent actuellement de l'agrégation de comptes et des outils de PFM. Les banques n'ont pas attendu la mise en œuvre de la DSP2 pour proposer à leurs clients les services d'agrégation et des premières fonctionnalités de PFM. Pour la plupart (Crédit Agricole, BNP Paribas, Société Générale, Caisse d'épargne, Crédit Mutuel, Axa Banque, Boursorama banque, BfOrBank, ING, MonaBanq, Hello bank !), elles ont choisi de proposer des fonctionnalités sur leur application bancaire, afin d'en maximiser l'usage. D'autres ont créé des applications spécifiques.

Les FinTech spécialisées offrent aujourd'hui les services les plus complets. Les fonctionnalités PFM, présentes aujourd'hui dans les applications bancaires et les applications des FinTech spécialisées, se limitent encore à quelques services simples.

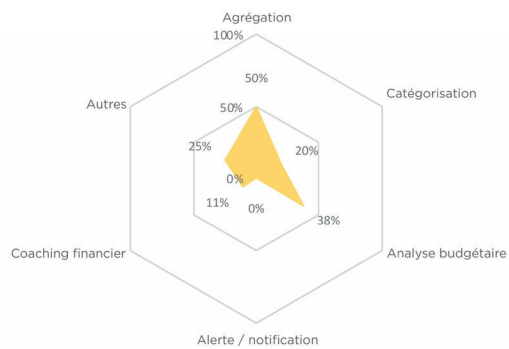
2.6.

LES BANQUES BELGES

Square
DONNER DU FUTUR AU TALENT



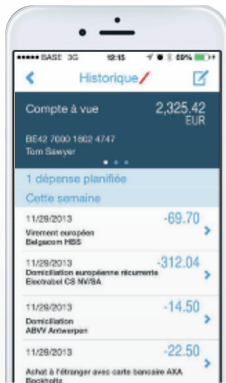
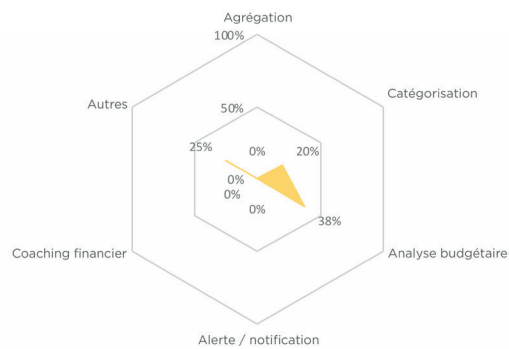
Belfius propose l'agrégation des comptes mais uniquement pour les comptes KBC. Pour les autres banques, l'utilisateur reçoit un message « nous vous préviendrons dès que cela sera possible ». Belfius ne met pas à disposition de fonctionnalité de PFM mais offre, comme la plupart des banques, un historique assez complet de l'ensemble des opérations effectuées.



- + Agrégation de comptes pour les clients KBC uniquement.
- Pas de fonctionnalité de PFM, peu de coaching financier et d'alertes.



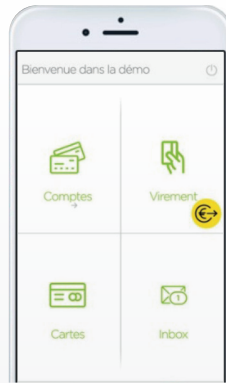
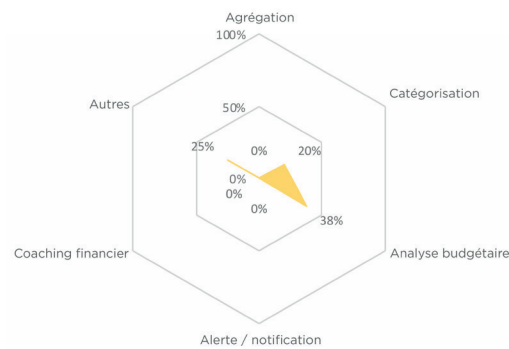
En Belgique, Axa n'offre aucune fonctionnalité d'agrégation de comptes ni de PFM. Il est néanmoins possible d'effectuer des recherches sur la liste des mouvements ainsi que des exports. L'application offre la possibilité de payer ses factures via Zoomit directement sur l'application bancaire.



- + Gestion des factures via Zoomit.
- Pas d'outil d'agrégation de comptes ou de PFM.



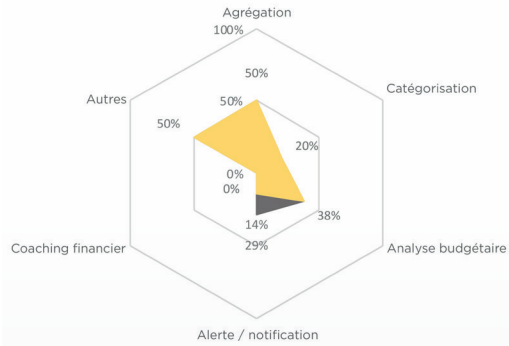
Crelan et son application myCrelan n'offrent pas de fonctionnalité de PFM et d'agrégation de comptes. L'application, simple et ergonomique, se concentre sur les fonctionnalités transactionnelles. Il est possible de payer ses factures via Zoomit directement depuis l'application bancaire.



- + Banque traditionnelle transactionnelle, une application épurée, gestion des factures via Zoomit.
- Pas d'agrégation de comptes ni d'outil de PFM.



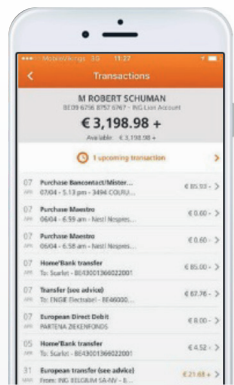
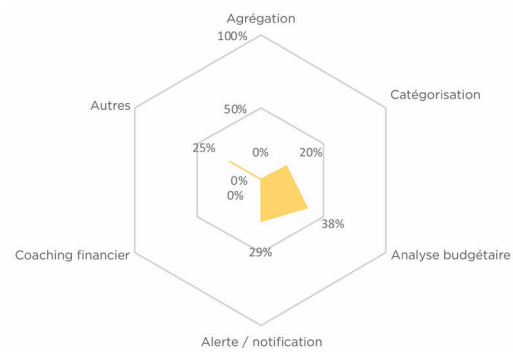
KBC est la seconde plus grande bancassurance en Belgique. L'institution financière possède une présence régionale: KBC en Flandre, CBC en Wallonie et KBC Brussels. Les clients de KBC-CBC peuvent consulter dans KBC Mobile le solde des comptes à vue privés et professionnels qu'ils détiennent auprès d'autres institutions financières. Le service est limité aux 5 principales banques du pays: Argenta, Belfius, BNP Paribas Fortis et ING. La banque a choisi d'utiliser le screen scraping pour l'agrégation de comptes, une option qu'aucun de ses concurrents n'a souhaité prendre. Les clients KBC peuvent consulter le solde et l'historique des paiements des comptes agrégés et effectuer des paiements à partir de ces comptes. Depuis le 25 septembre 2019, l'application KBC intègre également la consultation des comptes PayPal.



- + Un agrégateur de comptes avec les principales banques belges, de nombreuses fonctionnalités non bancaires (achat billet de train, de stationnement, etc.).
- Aucune fonctionnalité de catégorisation, d'analyse budgétaire et de coaching financier.



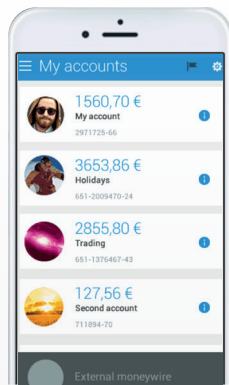
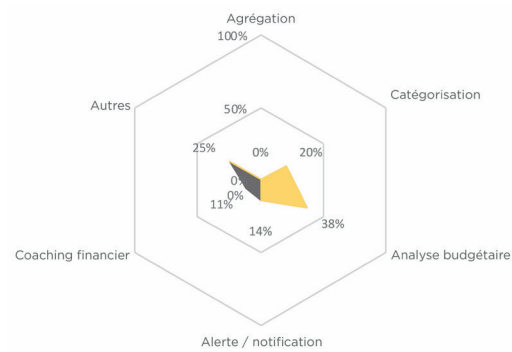
L'application ING Smart Banking permet de gérer ses comptes totalement en ligne. Il est aussi possible de payer ses factures via Zoomit, comme pour l'ensemble des acteurs belges. ING met aussi en place ING+ Deals qui permet de bénéficier de réductions exclusives sur des achats auprès de partenaires. L'application ne propose pas de fonctionnalité de coaching financier ou de catégorisation.



- + Possibilité de payer ses factures en ligne et de bénéficier de réductions auprès de commerçants.
- Pas d'agrégation de comptes, de fonctionnalité de coaching financier, d'analyse budgétaire ou de catégorisation.



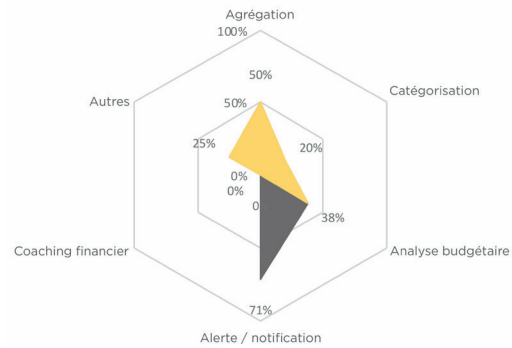
Keytrade propose une application mobile avec des avantages comme le KeyPack. L'application ne possède pas de fonctionnalité d'agrégation de comptes ou de PFM, mais propose du cashback (à chaque opération bancaire en ligne, un bonus de 5 centimes).



- + Le bonus perçu par opération en ligne.
- Pas d'agrégation de comptes ni d'outil et fonctionnalité de PFM.



BNP Paribas Fortis propose l'agrégation des comptes au sein de son application bancaire Easy Banking App. Seuls les comptes d'épargne et à vue détenus auprès de Belfius, ING et KBC sont éligibles. Les fonctionnalités d'alerting (l-message) sont disponibles avec le Premium Pack ou un forfait payant. A côté de son application principale, BNP Fortis propose une plateforme externe: Didid. Cette application ouverte à tous, et pas uniquement aux clients du groupe Fortis-Hello-Fintro, se focalise sur l'épargne thématique mais est également un acteur agréé pour l'information sur les comptes (AISP) et pour l'initiation de paiement (PISP).



- + Agrégation de comptes.
- Pas de fonctionnalité de catégorisation et d'analyse budgétaire, une application supplémentaire pour l'épargne thématique. Fonctionnalité d'alerting en version payante.

CONCLUSION

2.7.

ANALYSE ET ÉTAT DES LIEUX DES BANQUES EN BELGIQUE

En Belgique, l'agrégation des comptes connaît des débuts timides. Elle est incomplète dans trois des quatre principaux groupes bancaires. Elle est absente des banques secondaires, des « pure player » de la banque en ligne et chez ING.

A ce jour, il semble que les chiffres d'adoption du service d'agrégation soient faibles. Selon les chiffres annoncés par KBC en septembre 2019 (qui propose le multibanking depuis plus de 15 mois) : sur 3,5 millions de clients revendiqués, 15.000 clients (0.43%) avaient connecté au moins un compte externe au sein de l'application KBC. Un résultat particulièrement modeste quand on sait que 75% de ses clients possèdent également un compte dans une autre banque.

Les principales institutions bancaires du pays sont pourtant loin d'être à la traîne en matière de digitalisation des services : toutes ont développé des écosystèmes digitaux innovants dans le domaine des paiements et la plupart ont une stratégie « Mobile First » bien affirmée. Pour la mise en production de leurs API DSP2, toutes les banques belges ont respecté l'échéance du 14 septembre 2019.

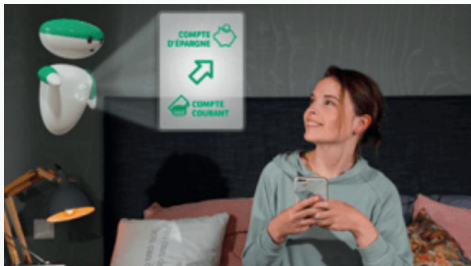
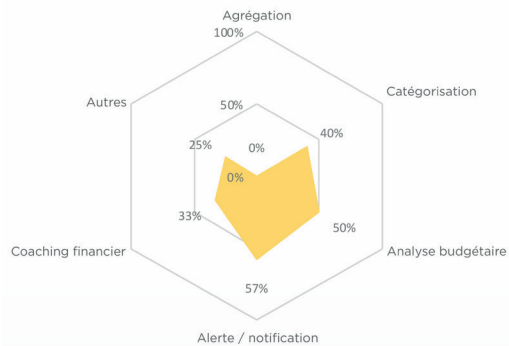
2.8.

LES BANQUES LUXEMBOUR- GEOISES

Square
DONNER DU FUTUR AU TALENT



BGL BNP Paribas au Luxembourg a mis en place un projet pilote pour le groupe BNP Paribas, en créant Genius, en partenariat avec Personetics. Genius, l'outil de PFM de BGL se démarque des autres applications bancaires et des FinTech spécialisées puisque les clients ne visualisent pas leurs catégories de dépenses et revenus mais seulement le feedback de Genius, sous forme d'alertes ultra personnalisées. Ces alertes sont à chaque fois notées par les clients en fonction de leur utilité afin que l'Intelligence Artificielle de Genius puisse s'adapter et proposer des alertes plus spécifiques. Genius permet aussi de conseiller les clients sur l'épargne possible ou sur les habitudes de dépenses. L'outil est aussi capable de faire l'état des lieux de l'ensemble des dépenses liées à un voyage.

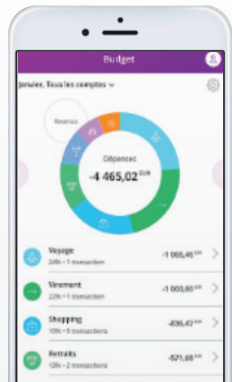
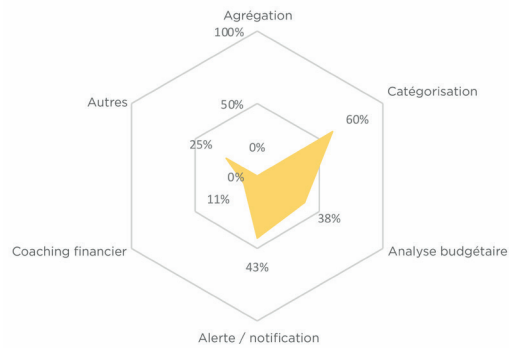


- + Outils d'alertes et de notifications très personnalisées, suggestion d'épargne, aide au bilan de voyage.
- Pas d'agrégation, peu de fonctionnalité d'analyse budgétaire et de coaching financier.



L'application de la banque BIL comprend des fonctionnalités de PFM: catégorisation de dépenses et de revenus de manière poussée, budgétisation par catégorie de dépenses et des alertes sur les états de comptes pour informer le client en temps réel.

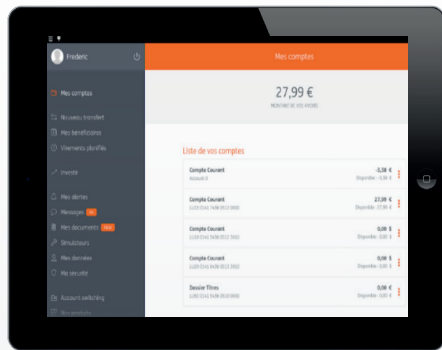
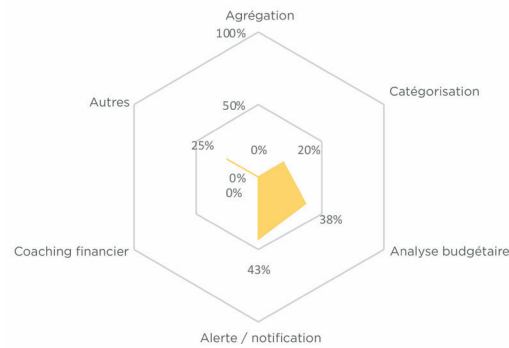
L'application de la banque BIL comprend des fonctionnalités de PFM comme la catégorisation de dépenses et revenus de manière poussée, une budgétisation par catégorie de dépenses et des alertes sur les états de comptes pour informer le client en temps réel de sa situation bancaire. La banque n'offre pas encore d'agrégation de comptes.



- + Budgétisation par catégorie de dépenses, alertes sur les états de compte.
- Pas d'agrégation, peu de fonctionnalités d'analyse budgétaire et de coaching financier.



Actuellement, ING ne dispose pas, au Luxembourg, d'outil de PFM ou d'agrégation de comptes. La banque a mis en place un système d'alerting permettant aux clients de configurer des alertes sur les montants dépassant des seuils définis (sur les comptes) et sur les paiements, fonds ou soldes disponibles sur les cartes de crédit.

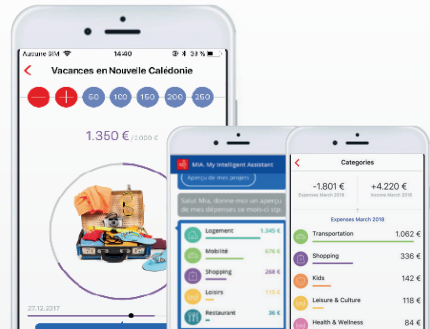
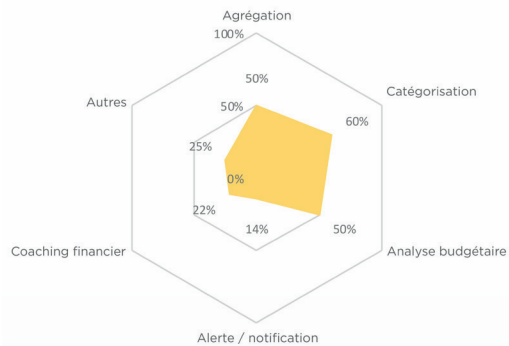


- + Des alertes personnalisables.
- Pas de catégorisation, d'analyse budgétaire et de coaching financier.



La Spuerkeess s'est dotée de MIA - My Intelligent Assistant, pour accompagner le client dans la gestion courante de ses dépenses qui inclut la catégorisation. Une fonctionnalité «Projet», comparable à «Espace» de N26, permet aux clients de définir des projets (choix de la catégorie, ajout d'une image, montant escompté), de l'aider à atteindre ses objectifs (épargner pour ces projets), de visualiser le temps nécessaire pour le concrétiser selon l'épargne mensuelle placée et de créer des ordres permanents pour ce projet.

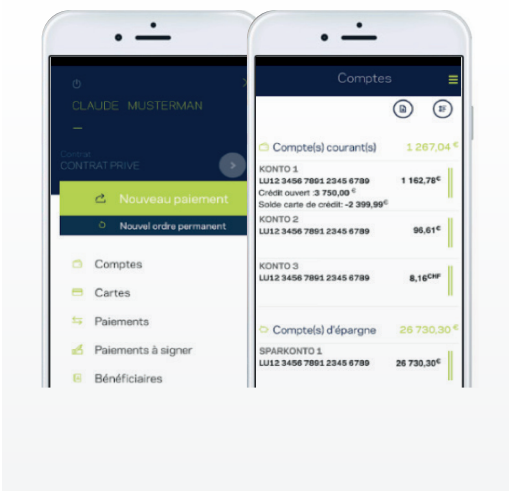
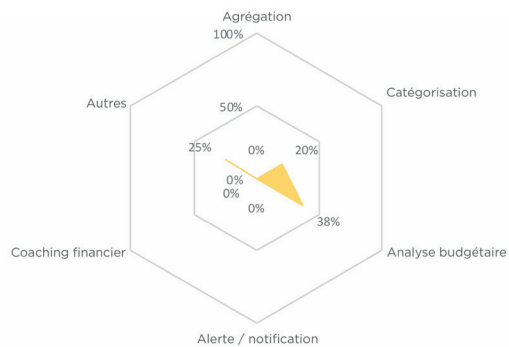
Un chatbot permet aux clients de dialoguer avec un assistant intelligent et d'en savoir davantage sur l'état de ses finances. La Spuerkeess est aussi la première banque au Luxembourg à offrir l'agrégation de comptes luxembourgeois.



- + Chatbot pour obtenir des informations sur l'état de ses finances, suivi de projet financier, une agrégation de comptes réglementaire sur deux banques luxembourgeoises à date.
- Peu d'alertes.



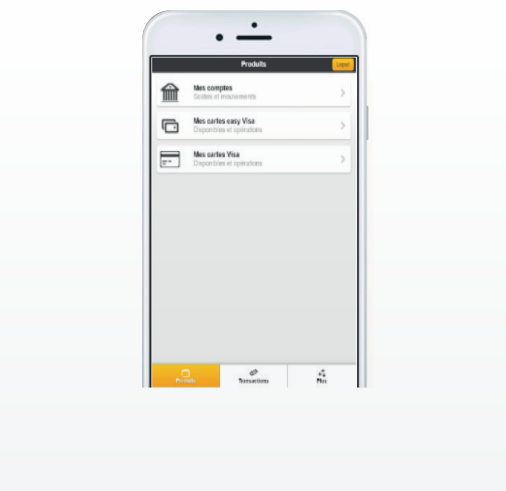
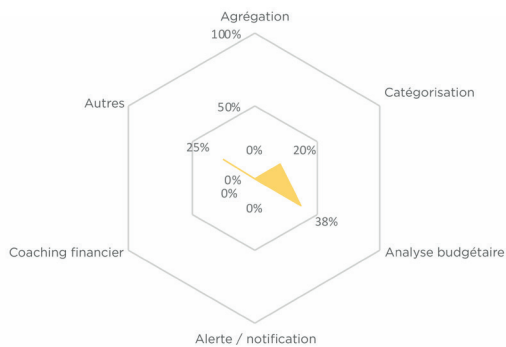
La banque Raiffeisen ne propose actuellement pas d'agrégation de comptes et de fonctionnalités de PFM. L'application comprend un historique des mouvements et des transactions, ainsi qu'un export des données, permettant aux clients de réaliser des analyses budgétaires.



- + Une application transactionnelle simple.
- Aucune fonctionnalité d'agrégation de comptes ou d'analyse budgétaire, pas d'alerte.



Post Luxembourg possède actuellement un web-banking classique qui ne comprend pas de fonctionnalité d'agrégation de comptes et de PFM. Le client a accès à l'historique complet de ses mouvements.



- + Une application transactionnelle simple.
- Aucune fonctionnalité d'agrégation de comptes ou d'analyse budgétaire, pas d'alerte.

CONCLUSION

2.9.

ANALYSE ET ÉTAT DES LIEUX DES APPLICATIONS BANCAIRES LUXEMBOURGEOISES

La grande majorité des banques luxembourgeoises ne propose pas encore de service d'agrégation de comptes. Ceci s'explique par deux causes principales:

- Le screen scraping au Luxembourg est complexe à réaliser;
- Une concentration des banques sur une plateforme commune, avec l'utilisation des normes de sécurité Luxtrust, peut rendre le système d'authentification du client plus complexe pour les agrégateurs de comptes.

Seule la Spuerkeess s'est d'ores et déjà positionnée sur ce marché depuis la fin d'année 2019 ainsi que la Fintech Budget Insight (Budgea) qui propose aussi l'agrégation de comptes de manière sécurisée en respectant les normes de la DSP2 pour certaines banques Luxembourgeoises (notamment Post, Raiffeisen et la Spuerkeess). Pour les fonctionnalités de PFM, l'avancée des acteurs comme la BGL, BIL ou la Spuerkeess sur le domaine de la catégorisation est prometteuse. Ces trois banques sont pionnières sur le marché concernant les fonctionnalités d'analyse budgétaire, mais elles restent encore frileuses sur les fonctionnalités de coaching financier.



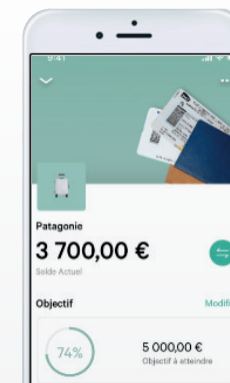
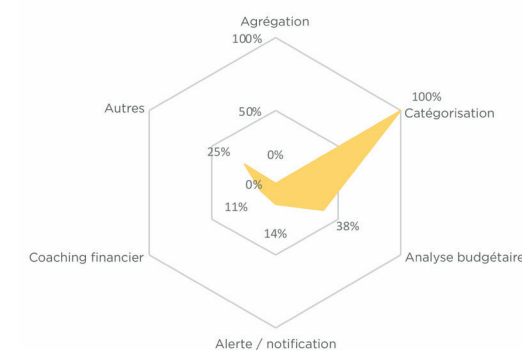
2.10.

LES NÉO-BANQUES INTERNATIONALES



N26

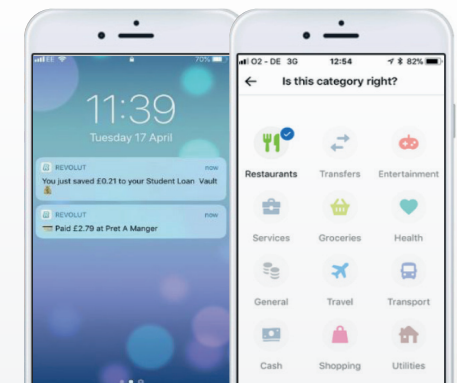
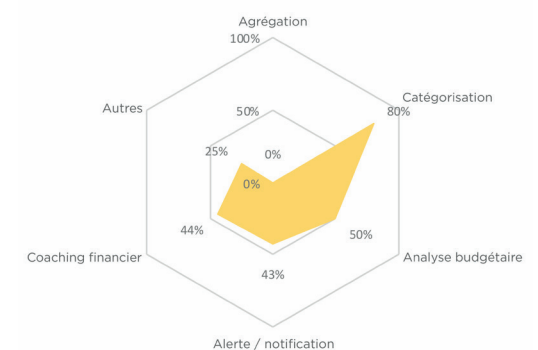
N26, néo-banque précurseur dans de nombreuses fonctionnalités bancaires, intègre la catégorisation automatique des dépenses et revenus. Elle permet d'ajouter manuellement des tags ou des notes, de changer la catégorisation d'une dépense et d'associer une photo (ticket de caisse par exemple). L'application intègre peu de fonctionnalités de PFM permettant à l'utilisateur de gérer au quotidien son argent. Il existe deux types d'alertes SMS, automatiques et non personnalisables : en cas de paiement et de réception d'argent. Les « Espaces », comptes d'épargne virtuels, permettent de gérer des sous-espaces pour le financement de futurs projets.



- + Les « Espaces », les fonctionnalités de catégorisation.
- Alertes non personnalisables, pas d'agrégation de comptes.

Revolut

L'application inclut beaucoup de fonctionnalités de gestion quotidienne, dont le calcul de solde prévisionnel. La catégorisation automatique permet, par la suite, de proposer aux clients des conseils sur leurs dépenses. La mise à disposition de « coffre », des sous-comptes épargne, permet aux clients de suivre l'avancée d'un projet. La fonctionnalité d'arrondi de paiement, avec un arrondi supérieur à chaque paiement effectué, permet de créditer son coffre. L'application propose des alertes personnalisées, notamment en fonction de ses déplacements comme lors de voyage à l'étranger.



- + Les coffres permettant de gérer au mieux un projet, l'arrondi de paiement, les alertes voyage.
- Très peu de fonctionnalités d'analyse budgétaire et de PFM, pas d'agrégation de comptes.

CONCLUSION

2.11.

ANALYSE ET ÉTAT DES LIEUX DES APPLICATIONS BANCAIRES DES NÉO-BANQUES INTERNATIONALES

Les néo-banques sont réputées pour être des leaders dans la transformation digitale des banques. De nombreuses fonctionnalités que l'on retrouve fréquemment chez les néo-banques sont ensuite étudiées pour être intégrées aux panels des fonctionnalités des banques plus traditionnelles. C'est le cas par exemple des «sous-catégories d'épargne» qui remportent un franc succès chez les utilisateurs. Les néo-banques étudiées sont par ailleurs en capacité de proposer à leurs clients une catégorisation de leurs dépenses de manière fine. En revanche, les fonctionnalités plus poussées comme l'analyse budgétaire ou bien le coaching financier sont peu reprises dans leurs applications. L'agrégation de comptes n'est pas non plus disponible chez ces deux néo-banques.

2.12.

SYNTHÈSE DES FONCTION- NALITÉS PAR BANQUE TESTÉE

Square
DONNER DU FUTUR AU TALENT

	FRANCE															BELGIQUE						
	Bour-sorama Banque	LCL	Crédit Agricole	BNP Paribas	Crédit Mutuel	Société Générale	ING	Banque Postale		Caisse d'épargne BANXO	HSBC Personal Economy	Axa France	B For Bank	Mona-banq	Hello Bank	Belfius	KBC	Axa	Keytrade	ING	Crelan	BNP Fortis
AGRÉGATION	75%	50%	75%	50%	63%	50%	63%	50%		50%	38%	0%			63%	50%	50%					50%
Agrégation cross-pays							x			0%												
Comptes courants	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x				x	x	x					x
Comptes épargnes	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x				x	x	x					x
Comptes crédit	x	x	x	x	x	x	x	x		x					x	x	x					
Comptes titres	x	x	x	x	x	x	x	x		x					x	x	n/a					
Regroupage des comptes par thème (tri)	x		x		x										x							x
Choix des comptes à agréger	x		x								x						x					x
Réglementaire PSD2																						
														0%								
CATÉGORISATION	100%	20%	60%	60%	80%	100%	20%	0%		40%	100%	60%	60%	60%	40%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Catégorisation automatique des dépenses	x		x	x	x	x				x	x	x	x	x	x							
Catégorisation manuelle des dépenses	x		x	x	x	x				x	x	x	x	x	x							
Tag des transactions et mouvements	x					x					x	n/a										
Moteur de recherche transactions	x	x	x	x	x	x	x				x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x
Edition de libelés et ajout de notes	x				x	x					x	n/a										
														0%								
ANALYSE BUDGÉTAIRE	50%	38%	38%	63%	50%	38%	63%	38%		63%	50%	75%	63%	50%	50%	38%	38%	38%	38%	38%	38%	38%
Vision sur les opérations du mois en cours	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Vision sur la capacité d'épargne mensuelle	x				x					x	x	x		x								
Historique sur les opérations des mois passés	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Vision prédictive des dépenses et revenus				x			x					x	x									
Vision prédictive de l'épargne																						
Calcul prévisionnel du solde bancaire				x			x				x	x	x									
Export d'opérations	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
Paramétrage période de référence (catégorisation et budget)										x					x							
														0%								
ALERTE / NOTIFICATION	86%	0%	29%	0%	43%	71%	43%	57%		0%	71%	57%	29%	57%	86%		14%		14%	29%		
En cas de solde défini sur mon compte	x		x	P	x	x	x	x		P	x	x	x	x	x					x		P
En cas de dépassement de solde	x		x	P	x	x	x	x		P	x	n/a		x	x					n/a		P
En cas de hausse ou baisse d'un cours d'action	x			P								n/a			x				x			P
En cas de risque de découvert non autorisé	x				x	x		x			x	x	x	x	x							P
En cas de dépenses anormales	x										x	x			x							
En cas de catégories de dépenses qui augmentent fortement						x																
En cas de réception / envoi d'un paiement	x			P		x	x	x		P	x	x		x	x		P			x		P
														0%								
COACHING FINANCIER	44%	0%	11%	11%	0%	44%	22%	0%		0%	0%	11%	11%	22%	11%	11%						
Proposition d'opportunité liées au profil (produits et services bancaires)	x			x		x	x									x			P			
Proposition d'opportunité liées au profil (produits et services non-bancaires)																						
Suggestion d'éparne / virement vers compte courant	x				P	x	x					x		x								
Résiliation d'abonnement non bancaire																						
Comparaison des offres bancaires																						
Comparaison des offres non-bancaires																						
Définition d'objectifs budgétaires	x		x			x							x									
Budgétisation / sous-épargne						x									x							
Conseils sur les dépenses	x																					
														x								
														0%								
AUTRES	50%	25%	25%	25%	25%	50%	25%	25%		25%	25%	25%	25%	50%	25%	25%	50%	25%	25%	25%	25%	25%
Aide au financement de projet	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Agrégation documentaire et suivi de facture	x					x																
Epargne / virement automatique					P									x								
Initiation de paiement																	x					

	LUXEMBOURG						NEO BANQUE		FINTECHS					
	Raiffeisen	ING	Post	BCEE	BIL	BGL BNP	N26	Revolut	Lydia	Bankin'	Budgea	Linxo	Nestor	Gérer mes comptes
AGRÉGATION									38%	75%	75%	63%	50%	50%
Agrégation cross-pays										x	x			
Comptes courants									x	x	x	x	x	x
Comptes épargnes									x	x	x	x	x	x
Comptes crédit									n/a	x	x	x	x	x
Comptes titres									n/a		x			P
Regroupage des comptes par thème (tri)										x		x	x	n/a
Choix des comptes à agréger									x	x	x	x	P	x
Réglementaire PSD2														
CATÉGORISATION				60%	60%	40%	100%	80%	40%	80%	80%	60%	80%	40%
Catégorisation automatique des dépenses				x	x	x	x	x		x	x	x	x	x
Catégorisation manuelle des dépenses				x	x		x	x		x	x	x	x	x
Tag des transactions et mouvements							x							
Moteur de recherche transactions				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Edition de libelés et ajout de notes							x	x	x	x	x		x	
								0%						
ANALYSE BUDGÉTAIRE	38%	38%	38%	50%	38%	50%	38%	50%		75%	75%	50%	50%	25%
Vision sur les opérations du mois en cours	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x
Vision sur la capacité d'épargne mensuelle						x					x	x	x	
Historique sur les opérations des mois passés	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x
Vision prédictive des dépenses et revenus				x						x	x	P	P	P
Vision prédictive de l'épargne											x			
Calcul prévisionnel du solde bancaire								x		x	x	P	P	P
Export d'opérations	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x	x	P
Paramétrage période de référence (catégorisation et budget)										x				
ALERTE / NOTIFICATION		43%		14%	43%	57%	14%	43%	14%	29%	57%	43%	43%	29%
En cas de solde défini sur mon compte		x				x		x	0%	x	x	x	x	x
En cas de dépassement de solde		x			x	x		x			x	x	x	
En cas de hausse ou baisse d'un cours d'action														
En cas de risque de découvert non autorisé														
En cas de dépenses anormales						x								
En cas de catégories de dépenses qui augmentent fortement											x			
En cas de réception / envoi d'un paiement		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
COACHING FINANCIER					11%	33%	11%	44%	11%	89%	11%	11%	0%	11%
Proposition d'opportunité liées au profil (produits et services bancaires)						x		x		x				
Proposition d'opportunité liées au profil (produits et services non-bancaires)										x				
Suggestion d'éparne / virement vers compte courant						x			x	x				
Résiliation d'abonnement non bancaire														
Comparaison des offres bancaires										x				
Comparaison des offres non-bancaires										x				
Définition d'objectifs budgétaires					x			x		x	x	x		x
Budgétisation / sous-épargne							x	x	P	x			P	n/a
Conseils sur les dépenses						x		x		x				
AUTRES	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	25%		50%	50%	25%	25%	25%
Aide au financement de projet	x	x	x	x	x	x	x	x		x				
Agrégation documentaire et suivi de facture											x			x
Epargne / virement automatique														
Initiation de paiement									P	x	x	x	x	



3.

ANALYSE QUANTITATIVE FRANCE / BELGIQUE

3.1.

MÉTHODOLOGIE

A propos de l'étude

Cette étude quantitative a été réalisée par le groupe de diffusion d'études Bilendi.

A propos de l'échantillon

L'enquête terrain a été réalisée en ligne par le panel Maximiles (Bilendi) du 14 au 22 août 2019 auprès de deux échantillons de 600 Français et 600 Belges, représentatifs de la population des pays respectifs, âgés de 18 ans et plus. Les échantillons ont été constitués selon la méthode des quotas pour être représentatifs des deux pays considérés :

- Pour la France, au regard des critères de sexe, d'âge, de CSP, de région et de catégorie d'agglomération ;

- Pour la Belgique, au regard des critères de sexe, d'âge, de niveau de revenus et de région.

Objectifs de l'étude

L'objectif de cette étude est de pouvoir fournir, dans un premier temps, des informations concernant l'usage des applications bancaires sur les deux pays représentés.

Dans un second temps, l'objectif est d'identifier les attentes et motivations des clients bancarisés et multi-bancarisés concernant l'agrégation de comptes et la PFM.



3.2.

LE MARCHÉ BANCAIRE EN FRANCE ET EN BELGIQUE

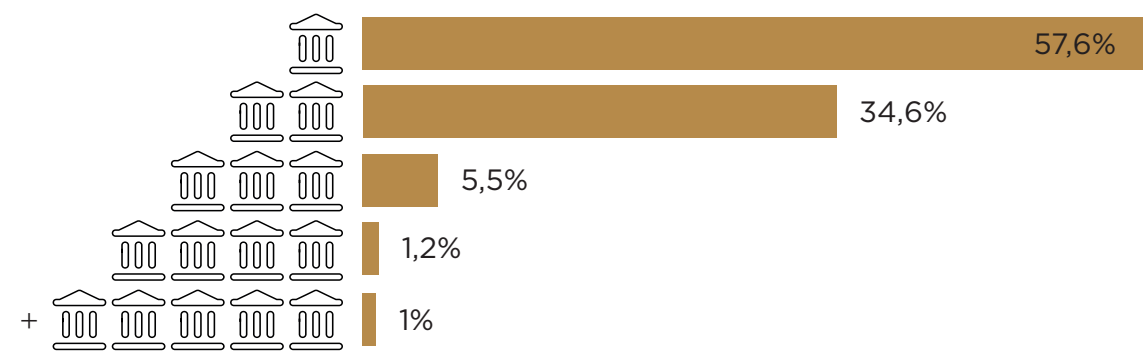
Taux de multi-bancarisation, classement des banques & utilisation de l'espace client bancaire

3.2.1.

LE MARCHÉ BANCAIRE EN FRANCE

DE COMBIEN DE BANQUES LES FRANÇAIS SONT-ILS CLIENTS ?

Figure 1: De combien de banques êtes-vous client ?



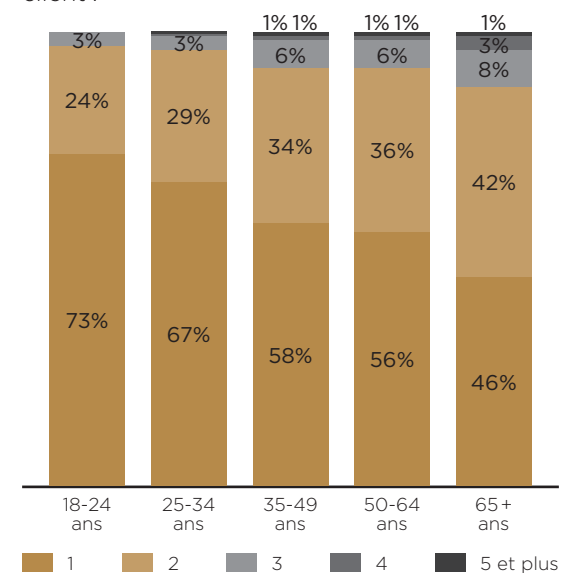
Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponse à la question « De combien de banques êtes-vous client ? » sur l'échantillon France

D'après la Fédération Bancaire Française, en 2019, 99% des Français seraient en possession d'au moins un compte bancaire. Avec plus de 340 banques présentes dans le pays, qu'en est-il du taux de multi-bancarisation ? En France, sans compter les distinctions d'âges ou de catégories socio-professionnelles, 42% des Français interviewés déclarent être clients d'au moins deux banques. Le taux de mono-bancarisation s'élève à 58%.

La multi-bancarisation augmente avec l'âge des clients: 73% des 18-24 ans ne possèdent qu'une seule banque contre 46% des 65 ans et plus.

Les personnes appartenant à une catégorie socio-professionnelle de types « cadres, professions intellectuelles supérieures », « artisans, commerçant, chefs d'entreprise » et « retraités » sont les plus multi-bancarisées, en comparaison avec les autres catégories socio-professionnelles.

Figure 2: De combien de banques êtes-vous client ?



Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses aux questions « De combien de banques êtes-vous client ? » et « Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ? » sur l'échantillon France

Figure 3 : Catégories socio-professionnelles et nombre de banques par client

	Agriculteurs	Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	Cadres, professions intellectuelles supérieures	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Autres, sans activité professionnelle
1 banque	33%	50%	38%	53%	71%	70%	48%	73%
2 banques	67%	30%	43%	42%	26%	29%	40%	24%
3 banques	0%	20%	10%	5%	3%	1%	7%	3%
4 banques	0%	0%	2%	0%	0%	0%	4%	0%
5 banques et +	0%	0%	8%	0%	0%	0%	1%	0%

Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses aux questions « De combien de banques êtes-vous client ? » et « Quelle est votre catégorie socio-professionnelle ? » sur l'échantillon France

QUEL EST LE CLASSEMENT DES BANQUES FRANÇAISES ?

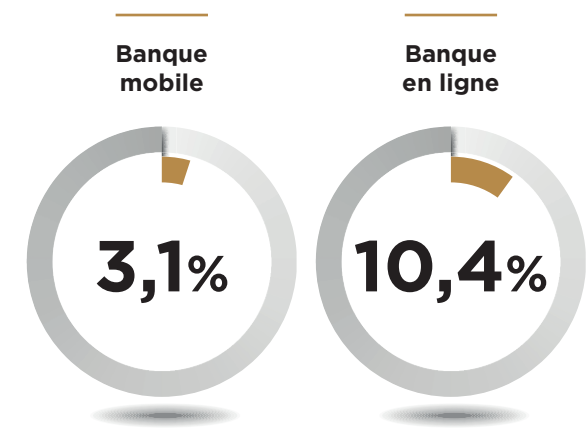
Figure 4 : Citation des banques

1. Crédit Agricole	25,3%	12. Orange Bank	2,8%	23. N26	0,7%
2. La Banque Postale	22%	13. Axa Banque	2,5%	24. BNP Paribas Fortis	0,5%
3. Caisse d'Epargne	20,6%	14. Fortuneo	2%	25. Cetelem	0,5%
4. Crédit Mutuel	13,8%	15. Hello Banque	1,8%	26. C-Zam	0,5%
5. Société Générale	9%	16. B for Bank	1,6%	27. Revolut	0,5%
6. BNP Parisbas	8,8%	17. Crédit du Nord	1,3%	28. Anytime	0,3%
7. Banque Populaire	8,5%	18. HSBC	1,2%	29. MonaBanq	0,3%
8. LCL	7,3%	19. Nickel	1,2%	30. Natixis	0,3%
9. Boursorama	4,2%	20. Argenta	0,8%	31. Ma French Banque	0,2%
10. ING	3,8%	21. e-LCL	0,7%	32. Starling	0,2%
11. CIC	3,3%	22. Holvi	0,7%		

Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses aux questions « De quelle banque êtes-vous actuellement client ? » sur l'échantillon France

D'après le classement des banques françaises en 2019, effectué par France transactions, les parts de marché reflétées dans notre étude sont cohérentes.

Le Crédit Agricole est en tête du classement avec 25% de citation, suivi de la Banque Postale (22%) et de la Caisse d'Epargne (21%). Malgré l'essor des banques en ligne⁴ et des banques mobiles⁵, ces dernières ne représentent finalement qu'une minorité des banques citées (10,4% de banques en ligne citées et 3,1% de banques mobiles).



4. Une banque en ligne est systématiquement adossée à une banque traditionnelle. Même si la banque en ligne est dépourvue d'agences physiques, elle s'appuie sur une structure existante pour proposer une offre dématérialisée mais de qualité équivalente. 5. La banque mobile, appelée aussi néo-banque ou banque digitale est un établissement de paiement ayant obtenu une licence bancaire, qui se concentre sur un accès 100% mobile.

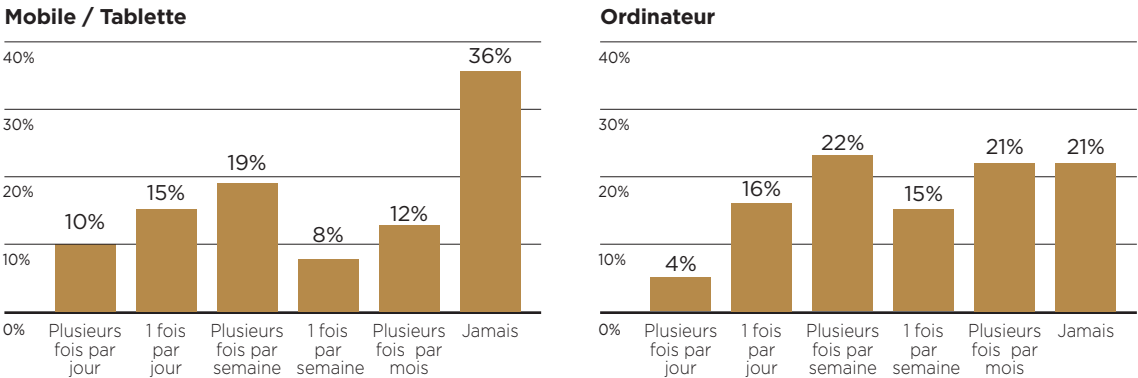
QUELLE UTILISATION DE L'ESPACE CLIENT BANCAIRE EN FRANCE ?

En France, la fréquence de connexion à l'espace client reste plus importante sur ordinateur que sur mobile pour la majorité des interviewés. En effet, 36% des français déclarent ne jamais utiliser leur mobile pour se connecter à leur espace client contre 21% pour l'ordinateur.

Par ailleurs, il est intéressant de noter qu'un utilisateur qui utilise son mobile ou sa tablette

pour accéder à son espace client bancaire s'y connectera plus souvent que s'il est utilisateur d'un ordinateur. En effet, 25% des français interrogés déclarent se rendre plusieurs fois par jour ou une fois par jour sur leur espace bancaire lorsqu'ils utilisent un mobile ou une tablette, contre 20% lorsqu'il s'agit d'une connexion par ordinateur.

Figure 5 : Fréquence de visualisation de l'espace client bancaire en fonction du périphérique



Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « quelle est votre fréquence d'utilisation de votre espace client bancaire en fonction du périphérique » sur l'échantillon France

Néanmoins, les fréquences d'utilisation sur mobile ou ordinateur dépendent avant tout de l'âge de l'interviewé. 46% des 50-64 ans et 56% des plus de 65 ans n'utilisent jamais le mobile ou la tablette pour accéder à leurs comptes bancaires. En revanche, c'est tout l'inverse chez les populations plus jeunes, où l'on remarque que 38% des 18-24 ans et 39% des 25-34 ans utilisent leur mobile / tablette tous les jours voire plusieurs fois par jour pour accéder à leurs informations bancaires.

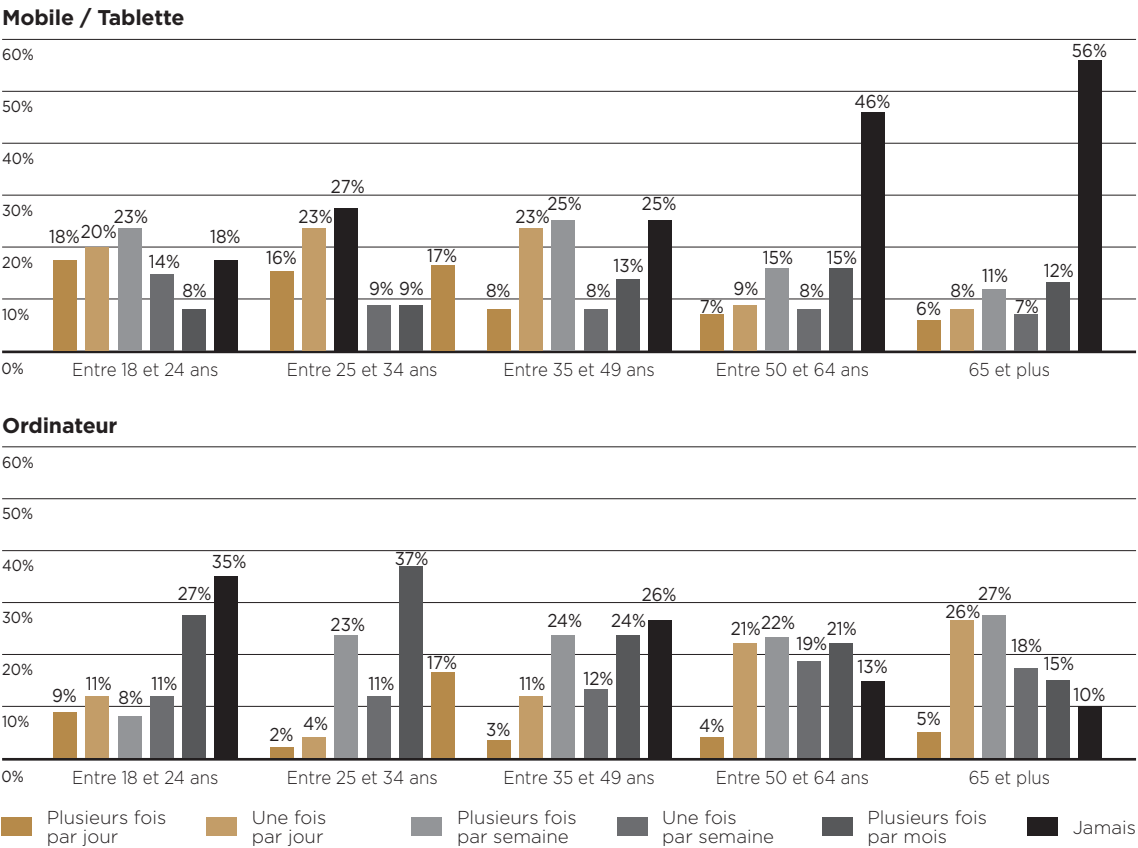
De manière concordante, les résultats de l'enquête montrent que l'ordinateur est délaissé par les jeunes au profit du mobile, alors que les

populations plus âgées continuent à l'utiliser plus fortement que le mobile.

Par ailleurs, les fonctionnalités les plus utilisées par notre panel Français sur mobile sont essentiellement les fonctionnalités de base d'une application bancaire :

- Se tenir informé de ses soldes et mouvements bancaires (70% de citation)
- Effectuer des virements (55%)
- Vérifier des transactions importantes (52%).

Figure 6: Âge et fréquence de visualisation de l'espace client bancaire en fonction du périphérique

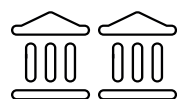


Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses aux questions « quelle est votre fréquence d'utilisation de votre espace client bancaire en fonction du périphérique » et « Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ? » sur l'échantillon France

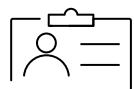
3.2.2.

LE MARCHÉ BANCAIRE EN FRANCE

CE QU'IL FAUT RETENIR



42% des clients bancaires français sont multi-bancarisés (dont 35% sont clients de deux banques).



Les 65 ans et plus sont les plus multi-bancarisés.



Les cadres, professions intellectuelles supérieures sont les plus à même d'être multi-bancarisés, comparés aux autres CSP.



En majorité, l'ordinateur reste plus utilisé que l'application mobile ... sauf chez les jeunes (entre 18 et 34 ans).



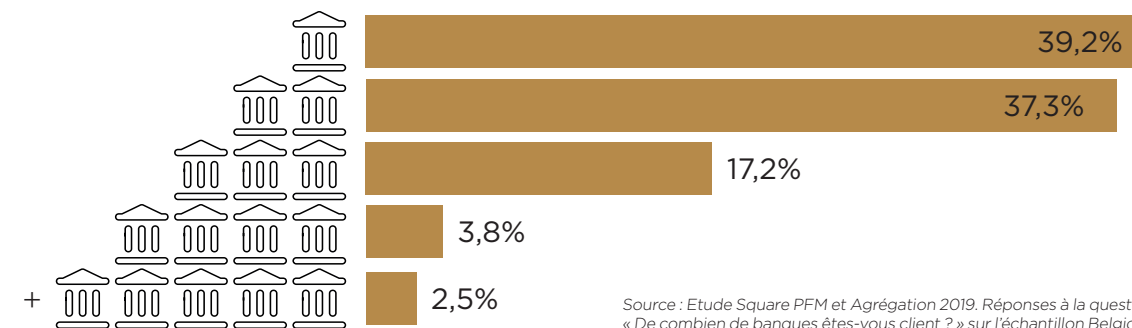
Les clients se connectant sur leurs espaces bancaires via un mobile, utilisent et se rendent davantage sur leurs espaces par rapport aux utilisateurs d'ordinateur.

3.2.3.

LE MARCHÉ BANCAIRE EN BELGIQUE

DE COMBIEN DE BANQUES LES BELGES SONT-ILS CLIENTS ?

Figure 1: De combien de banques êtes-vous client ?

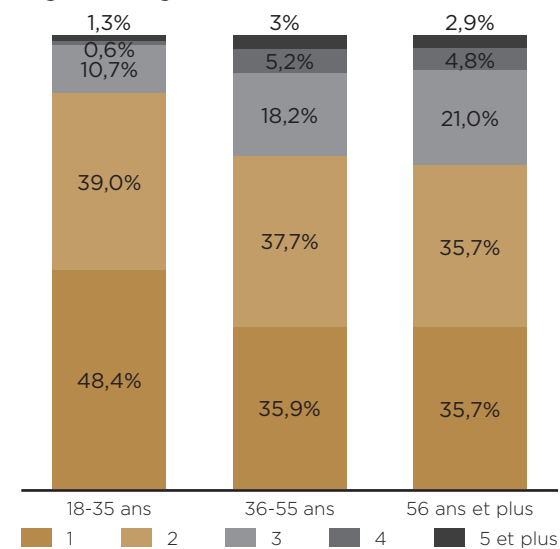


Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « De combien de banques êtes-vous client ? » sur l'échantillon Belgique

La Belgique compte 17 millions de comptes courants ouverts auprès d'une institution nationale, soit une moyenne de 1,8 comptes par ressortissant âgé de plus de 15 ans. Près de 60% des Belges de notre panel déclarent d'ailleurs être multi-bancarisés (client d'au moins deux banques). Par ailleurs, si en France à peine 7% des répondants déclarent être client auprès d'au moins 3 institutions bancaires, en Belgique ce taux dépasse les 23%.

Tout comme en France, la multi bancarisation augmente avec l'âge. Les personnes économiquement actives depuis plus longtemps ont naturellement plus d'occasions et de raisons de multiplier les expériences client dans le secteur bancaire. Le modèle de la banque assurance étant fort développé en Belgique, il est assez courant de devoir ouvrir un compte courant dans une institution spécifique pour pouvoir bénéficier d'une assurance ou d'un crédit émis par la même institution. Par ailleurs, les frais de tenue de compte étant relativement peu élevés en Belgique⁶, de nombreux utilisateurs gardent ces comptes dormants ouverts au-delà de l'expiration du service associé à l'origine.

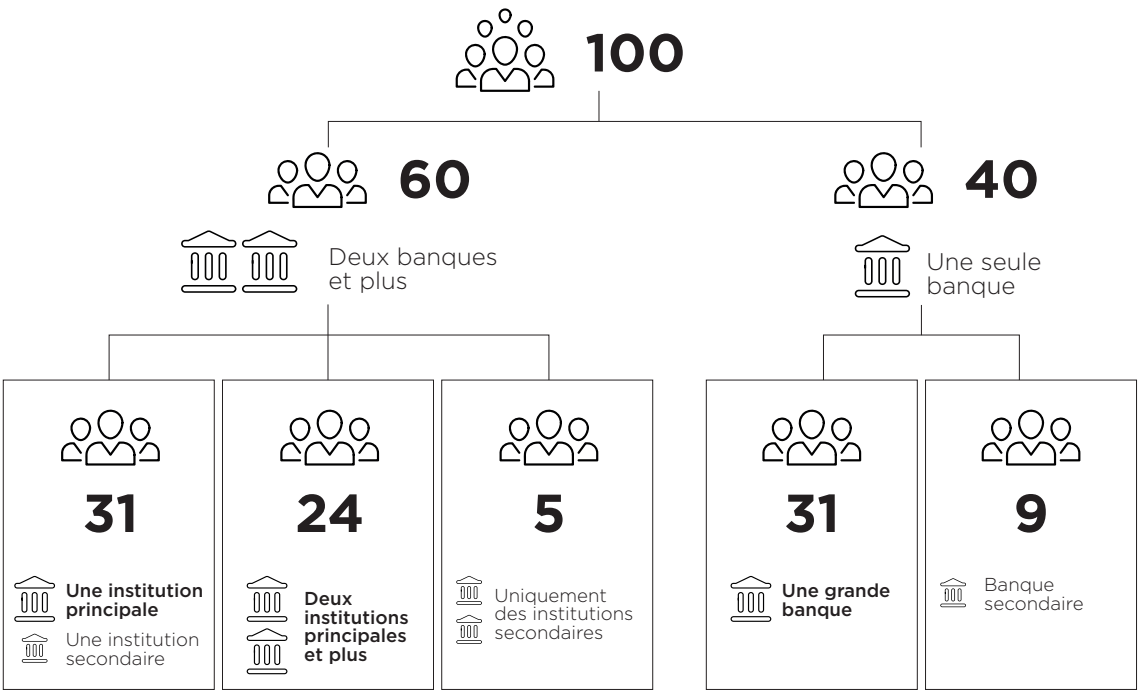
Figure 8 : Âge et clients multi-bancarisés



Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses aux questions « De combien de banques êtes-vous client ? » et « Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ? » sur l'échantillon Belgique

6. Les frais de tenue de compte varient de 0 à maximum 200 € par an. Dans la grande majorité, ils s'élèvent à moins de 100 € et à peu près 30% des comptes ouverts sont des comptes gratuits. Simulation pour un compte courant standard (« retail ») avec un seul titulaire, sans assurance optionnelle, pas de facilité de découvert, une carte de débit, une carte de crédit de base et l'accès à l'ensemble des fonctions bancaires en ligne.

Figure 9: Répartition des clients par nombre et type de banque (en%)



Source: Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses aux questions « De combien de banques êtes-vous client ? » et « Dans quelle banque êtes-vous actuellement client ? » sur l'échantillon Belgique

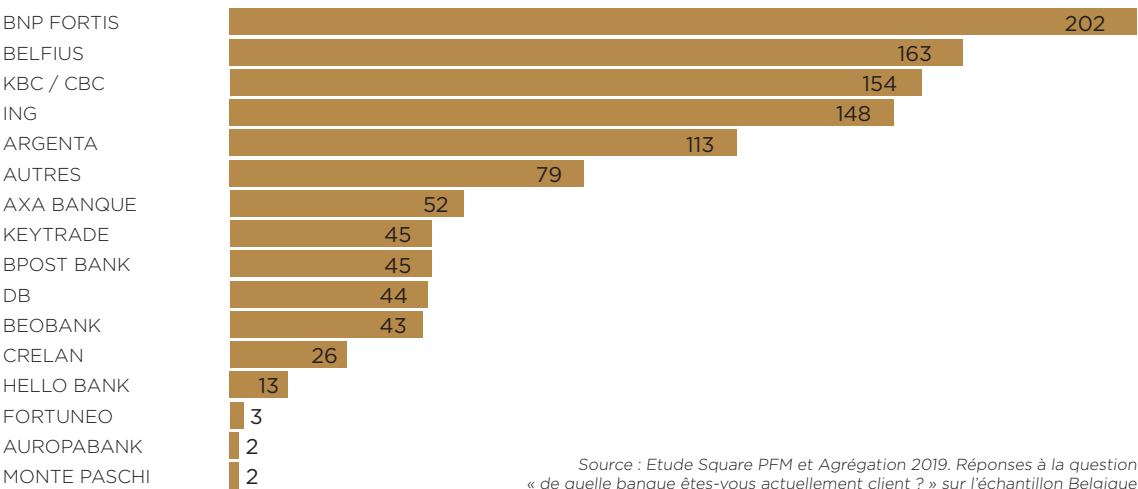
Concernant le type d'institution que les clients multi bancarisés fréquentent :

- 51% disposent d'une grande banque et une (ou plusieurs) banque(s) secondaire(s).
- 40% associent deux grandes banques ou plus.
- 8% des utilisateurs multi-bancarisés ne sont clients qu'auprès d'institutions secondaires.

A contrario, on constate de manière assez logique que 76% des répondants qui ne sont clients qu'auprès d'une seule institution financière ouvrent leurs comptes dans une des 4 grandes banques de la place.

QUEL EST LE CLASSEMENT DES BANQUES BELGES ?

«Figure 10 : Classement des banques belges par nombre de citation»



Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « de quelle banque êtes-vous actuellement client ? » sur l'échantillon Belgique

Les 4 principales banques de la place sont les plus citées par le panel. Les « challengers » (Beobank, Bpost Banque, DB Belgique etc.) figurent en bonne position. Comme en France,

les banques uniquement en ligne (Keytrade ou HelloBank !) et les néo-banques ne représentent au mieux qu'une citation sur 10.

QUELLE EST L'UTILISATION DE L'APPLICATION BANCAIRE EN BELGIQUE ?

Figure 11: Fréquence de visualisation de l'espace client bancaire en fonction de l'âge et du périphérique

Mobile / Tablette	Plusieurs fois par jour	Une fois par jour	Plusieurs fois par semaine	Une fois par semaine	Plusieurs fois par mois	Jamais
18-35 ans	14,47%	9,43%	33,96%	11,95%	8,18%	22,01%
36-55 ans	8,23%	12,12%	29,87%	9,52%	12,55%	27,71%
56 ans et +	5,71%	11,90%	19,05%	9,05%	5,24%	49,05%
Référence	9,00%	11,33%	27,17%	10,00%	8,83%	33,67%

Ordinateur	Plusieurs fois par jour	Une fois par jour	Plusieurs fois par semaine	Une fois par semaine	Plusieurs fois par mois	Jamais
18-35 ans	1,26%	0,00%	3,14%	6,29%	44,65%	44,65%
36-55 ans	0,43%	3,46%	10,39%	15,15%	40,63%	29,87%
56 ans et +	1,43%	7,62%	25,71%	23,81%	28,57%	12,86%
Référence	1,00%	4,00%	13,83%	15,83%	37,50%	27,83%

Source: Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses aux questions « quelle est votre fréquence d'utilisation de votre espace client bancaire en fonction du périphérique » et « dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ? » sur l'échantillon Belgique

Comme en France, pour accéder aux applica-tions bancaires :

- Le mobile est plus utilisé par les 18-35 ans tandis que l'ordinateur garde la préférence des 56+.
- 22% des 18-35 ans déclarent ne jamais utiliser d'application bancaire sur le mobile contre 49% pour les 56+.
- Presque une personne sur deux (44,65%) âgée de moins de 35 ans déclare ne jamais utiliser d'ordinateur pour un usage bancaire.

Figure 12: Fréquence de visualisation de l'espace client bancaire en fonction du périphérique

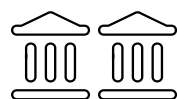


N'utilise jamais	33,67%	27,83%
Usage quotidien ou plus	20,33%	5%
Usage hebdomadaire	37,17%	29,67%
Usage mensuel	8,83%	37,50%

Source: Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « quelle est votre fréquence d'utilisation de votre espace client ban-caire en fonction du périphérique » sur l'échantillon Belgique

3.2.4.

LE MARCHÉ BANCAIRE EN BELGIQUE CE QU'IL FAUT RETENIR



60% des clients bancaires Belges sont multi-bancarisés (dont 23% sont clients de trois banques ou plus).



Le mobile s'impose largement dans l'usage général quotidien ou hebdomadaire des applications bancaires.



L'ordinateur reste populaire chez les plus de 56 ans.



3.3.

L'AGRÉGATION DE COMPTES EN FRANCE ET EN BELGIQUE

Connaissance de l'agrégation, utilisation de l'agrégation, intérêt pour cette fonctionnalité

3.3.1.

L'AGRÉGATION DE COMPTES EN FRANCE

CONNAISSANCE DE LA FONCTIONNALITÉ D'AGRÉGATION DE COMPTES EN FRANCE

Malgré de nombreux acteurs présents sur le marché, il existe une méconnaissance de la fonctionnalité d'agrégation de comptes.

En France, il existe de nombreuses applications permettant aux clients de visualiser leurs comptes détenus dans plusieurs banques. Ces solutions existent aussi bien au sein de certaines banques qu'auprès de FinTech spécialisées. D'après notre étude, auprès de 16 banques françaises et 6 FinTech spécialisées, la grande majorité d'entre elles proposent effectivement de l'agrégation de comptes. Les banques, notamment les plus importantes comme le Crédit Agricole, La Banque Postale, la Caisse d'épargne, le LCL, BNP Paribas, Société Générale offrent cette fonctionnalité.

Malgré la médiatisation de la DSP2, seulement 34% du panel interrogé connaît l'existence de la fonctionnalité d'agrégation de comptes. Elle n'est en effet pas toujours mise en avant dans les applications bancaires ou ne bénéficie pas d'une communication suffisante.

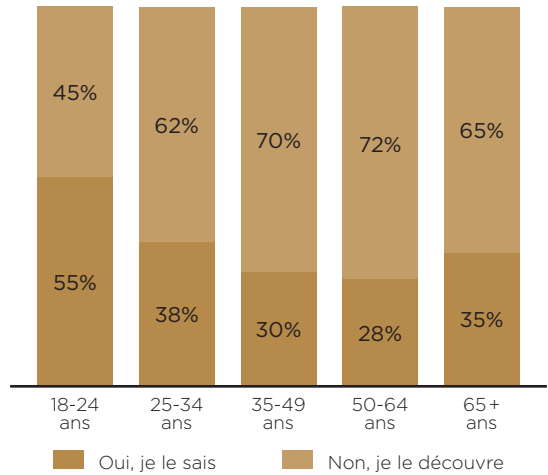
Les jeunes de 18-24 ans sont les plus informés: 55% déclarent connaître la fonctionnalité. Ils sont plus souvent connectés sur leur application bancaire que les autres tranches d'âges et sont donc plus à même de découvrir les fonctionnalités de cet univers.

Figure 13: Connaissance de la fonctionnalité d'agrégation de comptes



Source: Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « Savez-vous qu'il vous est possible de visualiser des comptes détenus par plusieurs banques au sein d'une même application ? » sur l'échantillon France

Figure 14 : Connaissance de la fonctionnalité d'agrégation



Source: Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses aux questions « Savez-vous qu'il vous est possible de visualiser des comptes détenus par plusieurs banques au sein d'une même application ? » et « Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ? » sur l'échantillon France

QUELLE UTILISATION DE L'AGRÉGATION DE COMPTES EN FRANCE ?

Comme vu précédemment, en France, il existe deux manières d'utiliser l'agrégation de comptes:

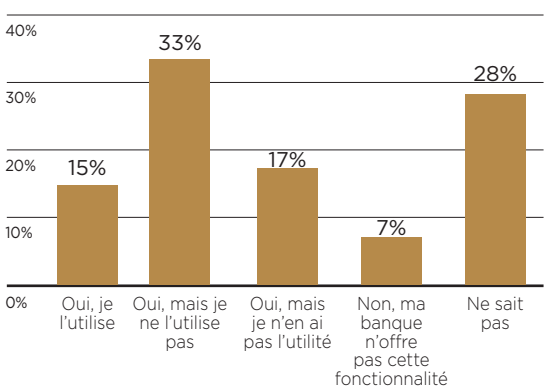
- Via l'application des FinTech spécialisées qui ont joué un rôle de précurseurs dans le domaine.
- Via l'application de certaines banques qui proposent cette nouvelle fonctionnalité, soit en partenariat avec des FinTech, soit avec leur propre technologie.

Parmi les utilisateurs qui connaissent cette fonctionnalité, 15% utilisent l'agrégation au sein de leur propre banque contre 33% qui ne l'utilisent pas.

Les applications d'agrégation de comptes de FinTech souffrent en France d'un déficit de notoriété. Les Français connaissent peu d'applications du marché.

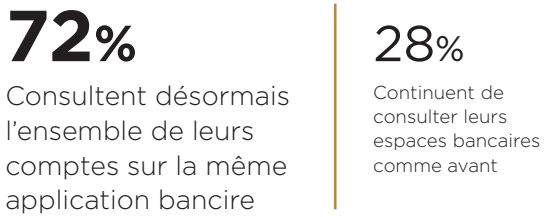
- L'application la plus connue et la plus utilisée par le panel est 'Gérer mes comptes' avec 23% de notoriété assistée dont 7% d'utilisation.
- Elle est suivie de Bankin' avec 19% de notoriété assistée et 5% d'utilisation.
- Linxo, Nestor ou Moneyboard, quant à elles, sont entre 8% et 10% de notoriété assistée.
- Budgea, l'application d'agrégation de comptes et de PFM de Budget Insight, se place en troisième place en termes d'utilisation mais en 7^e place en termes de notoriété.

Figure 15: Votre banque offre-t-elle cette fonctionnalité ?



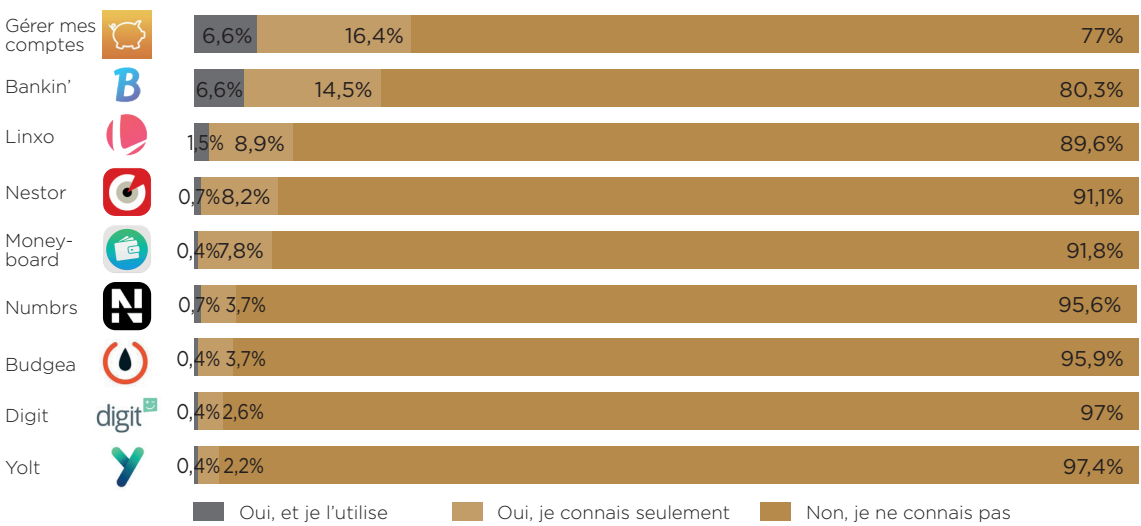
Source: Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « Votre (vos) banque(s) offre(nt)-elle(s) cette fonctionnalité ? » sur l'échantillon France

Figure 16 : En tant qu'utilisateur de l'agrégation de comptes sur votre espace bancaire, comment consultez-vous vos comptes ?



Source: Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « En tant qu'utilisateur de l'agrégation de comptes, considérez-vous... » de ceux qui ont répondu « oui je l'utilise » à la question précédente sur l'échantillon France

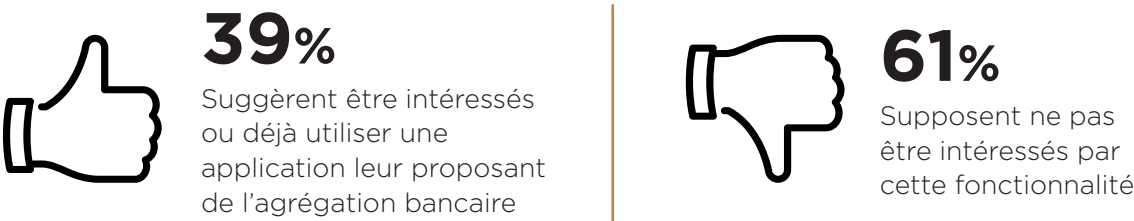
Figure 17 : Connaissance des applications d'agrégation de comptes autres que des banques



Source: Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « Connaissez-vous et utilisez-vous les applications d'agrégation de comptes ci-dessous ? » sur l'échantillon France

UN INTÉRÊT MITIGÉ ET DES CRAINTES

Figure 18 : Intérêt porté à la fonctionnalité d'agrégation de comptes



Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « Seriez-vous intéressé par une application autre que votre banque, offrant cette fonctionnalité ? » sur l'échantillon France

Pour rappel, le taux de multi-bancarisation en France est équivalent à 42%. Au global, les Français ne sont que 39% à juger l'agrégation pertinente et intéressante.

Cela semble indiquer que la majorité des représentants multi-bancarisés sont intéressés par cette fonctionnalité. Pourtant, les clients ayant répondu avoir 5 banques et plus sont aussi 67% à ne pas être intéressés par l'agrégation de comptes. Les clients qui semblent être les plus intéressés par l'agrégation de comptes sont clients de 3 ou 4 banques, avec un intérêt respectif de 61% et 57%.

Les utilisateurs des applications des FinTech (Bankin, Linxo, Budget Insight...) sont 67% à être mono-bancarisés : ils privilégient l'application de la FinTech par rapport à celle de leur banque pour une meilleure ergonomie.

Les 18-34 ans sont en moyenne 42,5% à être intéressés contre 30,5% pour les plus de 50 ans.

Figure 19 : Seriez-vous intéressé par une application offrant cette fonctionnalité ?

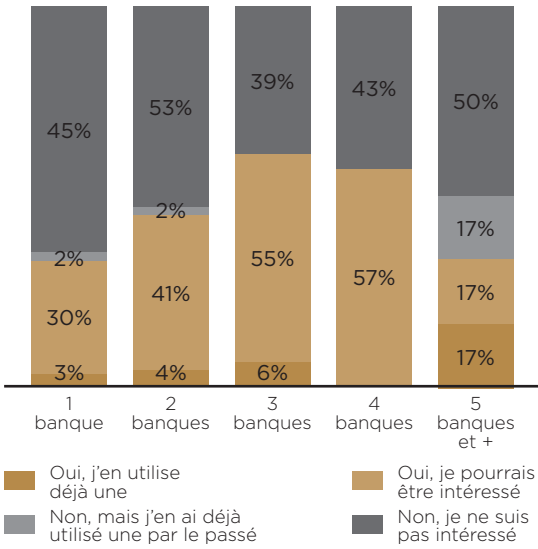


Figure 20 : Seriez-vous intéressé par une application offrant cette fonctionnalité? Réponses par tranche d'âge

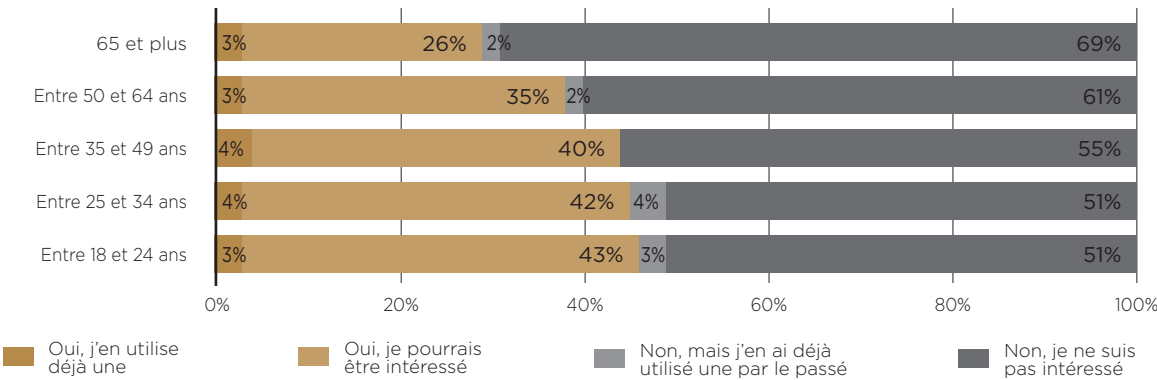
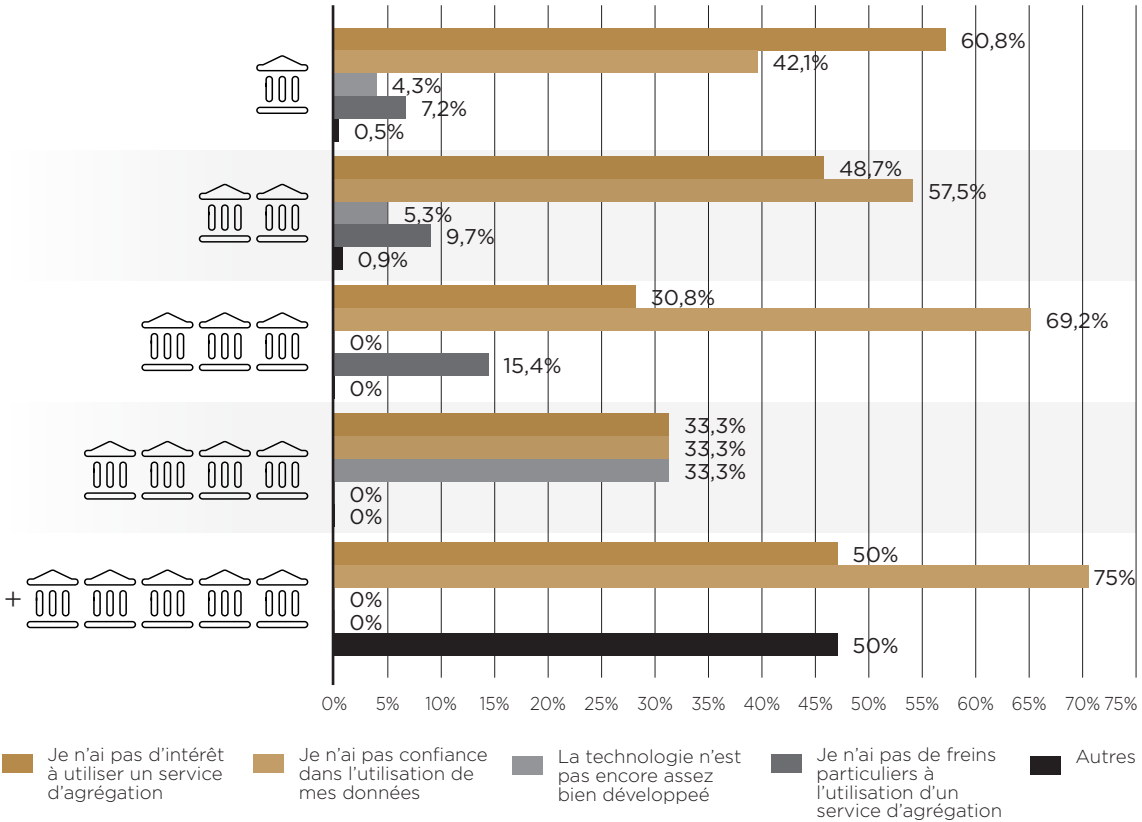


Figure 21 : Seriez-vous intéressé par une application offrant cette fonctionnalité? Réponses par type de bancarisation



Pour les personnes ayant répondu ne pas être intéressées par l'agrégation de comptes (61%), les freins sont le manque d'intérêt en général (client mono-bancarisé en général) et la sécurité des données et des informations bancaires.

3.3.2.

L'AGRÉGATION DE COMPTES EN FRANCE CE QU'IL FAUT RETENIR



Seulement 34% des Français connaissent l'agrégation de comptes. Cette fonctionnalité est peu connue malgré de nombreuses offres sur le marché.



De nombreuses banques françaises proposent déjà ce service mais il est peu utilisé.



72% des personnes utilisant actuellement l'agrégation de comptes au sein de leur application bancaire déclarent regarder désormais l'ensemble de leurs comptes sur une seule et même interface.



Néanmoins, 61% des Français considèrent que l'agrégation n'est pas nécessaire. Ils ne sont pas intéressés pour plusieurs raisons :

- Pas d'intérêt en général, dans le cas des clients mono-bancarisés ;
- Pas de confiance dans l'utilisation des données.



Les jeunes et les clients multi-bancarisés ont un intérêt plus marqué que la moyenne.

3.3.3.

L'AGRÉGATION DE COMPTES EN BELGIQUE

CONNAISSANCE DE LA FONCTIONNALITÉ D'AGRÉGATION DE COMPTES EN BELGIQUE

Au sein de l'OCDE, la Belgique fait partie des pays où le taux de bancarisation est le plus important. Plus de 92% de la population adulte est titulaire d'un compte auprès d'une institution financière formelle. Par ailleurs, comme vu précédemment, près de 60% des Belges de notre panel déclarent être multi-bancarisés (client d'au moins deux banques). La Belgique pourrait donc être un terreau fertile pour le développement de l'agrégation des comptes.

Pourtant, 33% des sondés savent qu'il est possible d'agréger les comptes détenus par plusieurs banques au sein d'une seule application, sans différence significative entre les clients des banques leaders du marché et les outsiders.

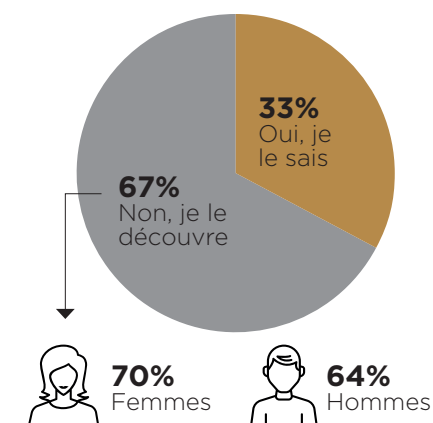
Les 56 ans et plus sont mieux informés (38%) que la tranche d'âge 18-25 (25%), une population plus susceptible d'avoir une expérience financière plus importante.

UN USAGE CONFIDENTIEL EN BELGIQUE

Seulement 2% des personnes interrogées profitent déjà de l'agrégation des comptes. Un résultat parfaitement normal car seule la Banque KBC a pris l'initiative de proposer ce service avant la DSP2 et elle ne permettait l'intégration que de quelques institutions financières externes. Les utilisateurs déclarés de l'agrégation des comptes disent également ne pas avoir changé leurs habitudes d'utilisation de leurs applications bancaires.

Figure 22 : Connaissance de l'agrégation de comptes en Belgique

Pas de différence importante entre client «grandes» et «petite» banques.



Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « savez-vous qu'il vous est possible de visualiser des comptes détenus par plusieurs banques au sein d'une même application » sur l'échantillon Belgique

Figure 23 : Connaissance de l'agrégation de comptes en Belgique selon l'âge

Réponses	Moyenne	18-35 ans	36-55 ans	56 ans et plus
Oui, je le sais	33	25	32	38
Non je le découvre	67	75	67	62

Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « savez-vous qu'il vous est possible de visualiser des comptes détenus par plusieurs banques au sein d'une même application » sur l'échantillon Belgique

INTÉRÊT RELATIF ET CRAINTES IMPORTANTES

La possibilité d'agréger des comptes d'institutions financières différentes au sein d'une application bancaire unique (ou d'une « app » neutre de type Bankin') intéresse moins d'une personne sur deux (42% en Belgique). Trois raisons principales sont évoquées pour le manque d'intérêt :

- La crainte de fuites ;
- L'utilisation mal intentionnée des données récoltées ;

- Et surtout, l'absence de valeur ajoutée perceptible pour ce type de service.

Il est vrai qu'il ne suffit pas d'être titulaire de plusieurs comptes à vue pour trouver un intérêt à l'agrégation des comptes, encore faut-il que ces comptes soient « actifs » et provisionnés.

3.3.4.

L'AGRÉGATION DE COMPTES EN BELGIQUE CE QU'IL FAUT RETENIR



Seulement 1/3 des répondants Belges connaissent le service d'agrégation des comptes.



Une seule banque (KBC-CBC) propose l'agrégation des comptes et par conséquent l'usage reste confidentiel.



Le public marque un intérêt très relatif pour cette fonctionnalité et se montre préoccupé par les risques éventuels liés à l'utilisation de leurs données.



3.4

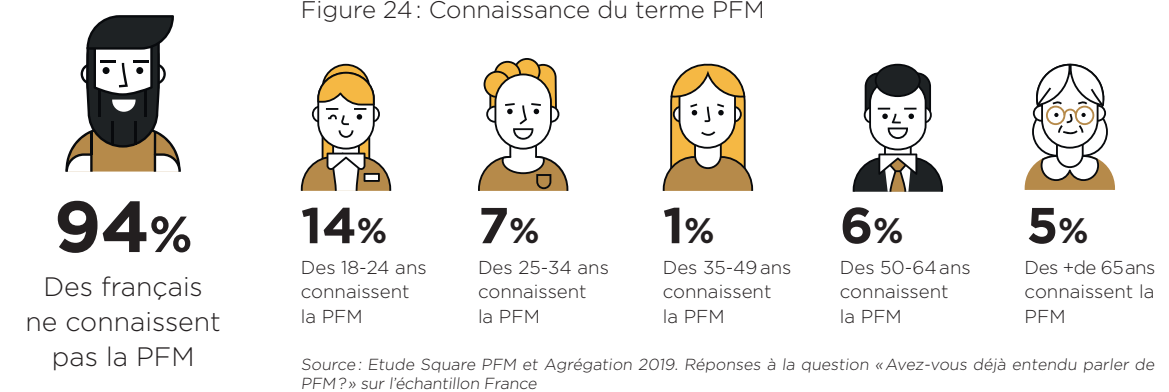
LA PFM : PERSONAL FINANCE MANAGEMENT

Connaissance de la PFM, utilisation de la PFM & intérêt pour cette fonctionnalité

3.4.1.

LA PERSONAL FINANCE MANAGEMENT EN FRANCE

CONNAISSANCE DE LA PFM



Le terme PFM désignant la Personal Finance Management, ou en français la gestion des finances personnelles, est très peu employé au quotidien en France. C'est la raison pour laquelle 94% des personnes interrogées ne connaissent pas ce terme. On remarque tout de même que cette connaissance tend à augmenter lorsqu'il s'agit d'une population plus jeune (18-24 ans). Ils sont ainsi 14% à déclarer connaître ce terme.

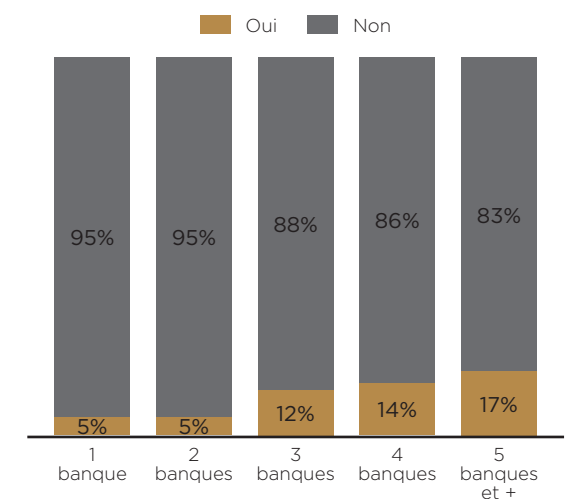
Plus un client est multi-bancarisé, plus il aura tendance à connaître la PFM :

- 5% des clients de 1 ou 2 banques connaissent l'appellation.
- 17% des clients de 5 banques et plus connaissent le terme de PFM.

Néanmoins, ce n'est pas parce que les Français ne connaissent pas le terme « PFM » qu'ils n'en connaissent pas les fonctionnalités. De plus en plus de banques françaises, qu'elles soient traditionnelles, en ligne ou néo-banques, offrent désormais des fonctionnalités de base de PFM

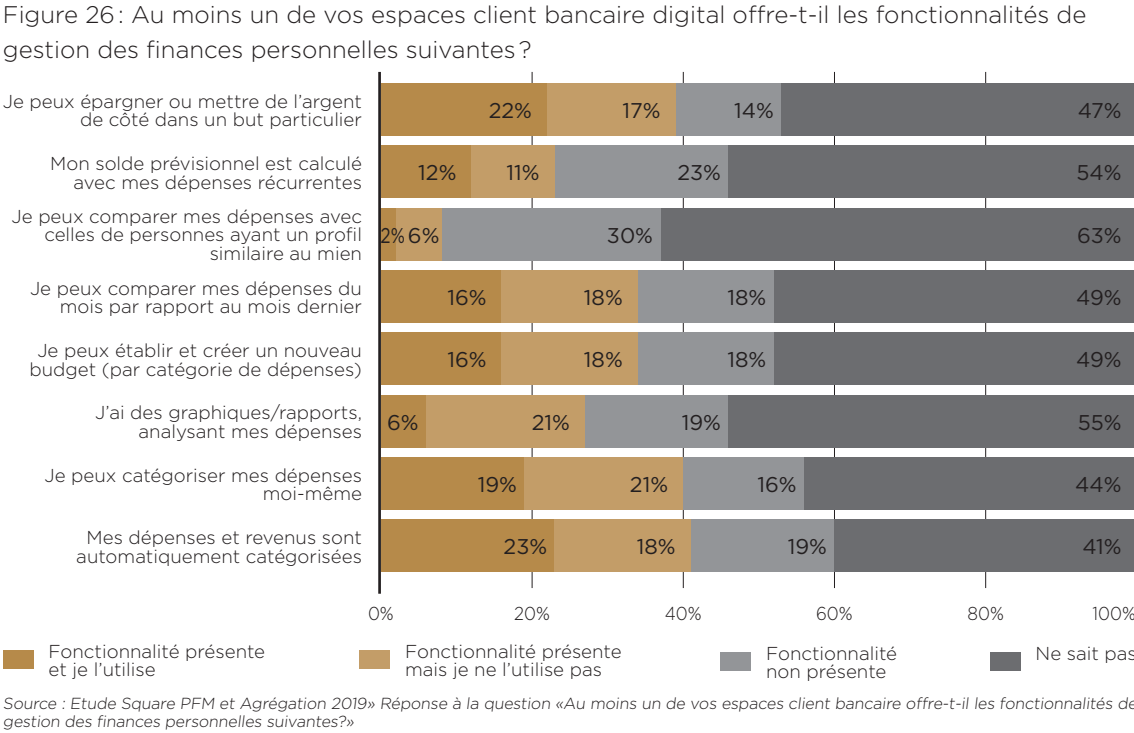
comme la catégorisation des dépenses et des revenus (près de la majorité des banques le propose à l'heure actuelle) ou bien la budgétisation et le suivi de projet.

Figure 25 : Connaissance du terme PFM



Source : Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses aux questions « Avez-vous déjà entendu parlé de PFM ? » et « De combien de banques êtes-vous actuellement client ? »

QUELLE UTILISATION DE LA PFM AUJOURD’HUI EN FRANCE ?



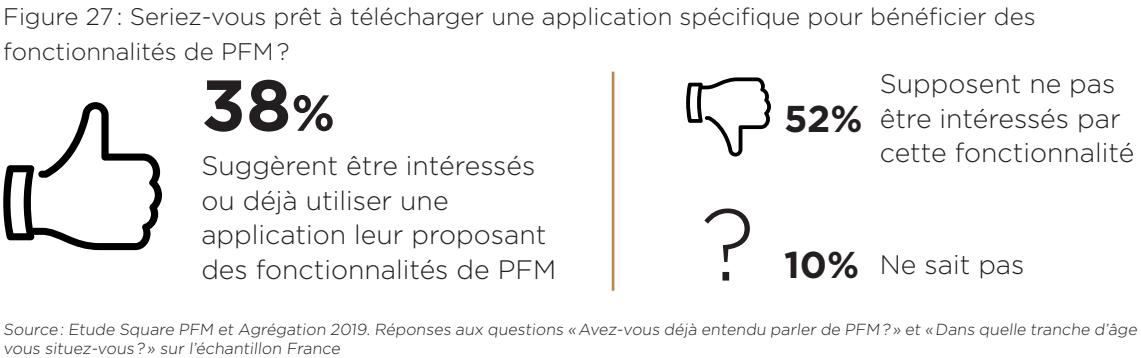
Actuellement, bien que le terme ne soit pas reconnu en France, de nombreuses fonctionnalités de PFM sont tout de même utilisées au quotidien par les clients bancaires, que ce soit au sein même de leur(s) banque(s) que via des applications tierces.

Au sein de leur(s) banque(s), les fonctionnalités de PFM les plus fréquemment utilisées sont la catégorisation automatique des dépenses et des revenus (cette fonctionnalité est utilisée actuellement par 23% des Français interrogés) ainsi que la possibilité d'épargner ou de mettre

de l'argent de côté dans un but particulier (22%).

A l'inverse, les fonctionnalités les moins utilisées sont la possibilité d'établir et de créer des budgets par catégorie de dépenses (6%), ainsi que la comparaison de ses propres dépenses avec celles d'autres personnes ayant un profil similaire. Ces deux fonctionnalités représentent aussi celles dont les clients ne savent pas si elles existent ou non au sein de leur(s) application(s) bancaire(s).

QUEL INTÉRÊT POUR LES FONCTIONNALITÉS DE LA PFM ?



La majorité des Français interrogés déclarent ne pas être intéressés par une application leur permettant de bénéficier de fonctionnalités de gestion de leurs finances personnelles. La part des Français utilisant actuellement une application tierce de PFM est de 5%.

En revanche, 35% des Français se disent intéressés par ces fonctionnalités, avec un intérêt qui oscille selon l'âge :

Figure 28 : Seriez-vous prêt à télécharger une application spécifique pour bénéficier des fonctionnalités de PFM ?

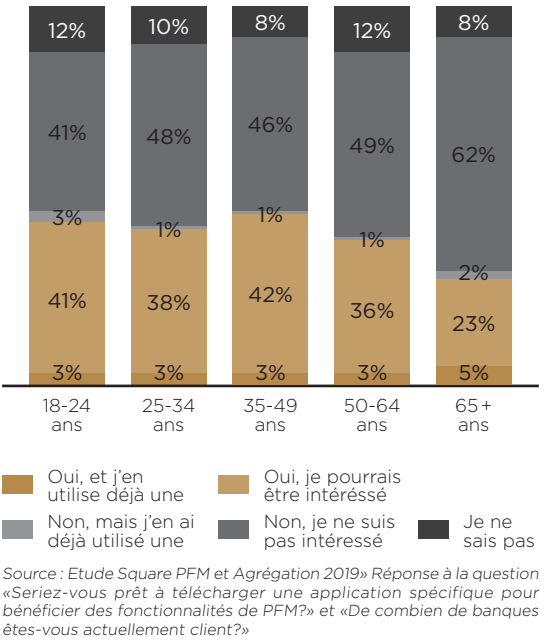
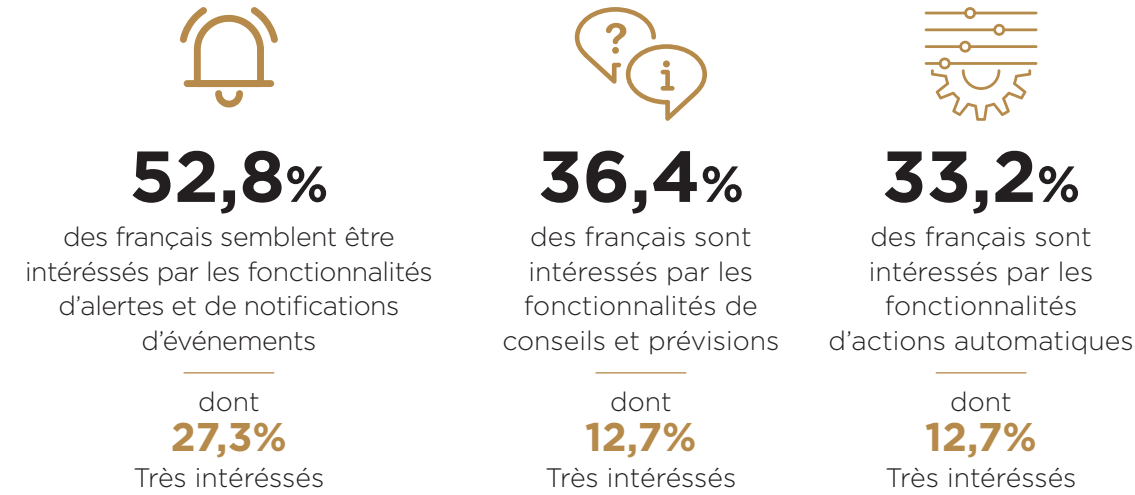


Figure 30 : Intérêt pour les fonctionnalités de PFM



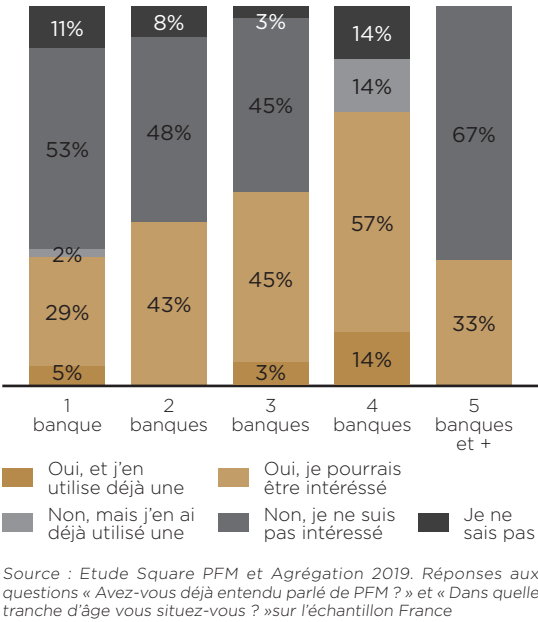
40% en moyenne pour les 18-49 ans

36% pour les 50-64 ans

23% pour les plus de 65 ans

L'intérêt est aussi grandissant chez les Français multi-bancarisés. Plus les clients ont de banques, plus ils sont intéressés par la PFM, sauf chez les personnes étant clientes de 5 banques ou plus (essentiellement des plus de 65 ans).

Figure 29 : Seriez-vous prêt à télécharger une application spécifique pour bénéficier des fonctionnalités de PFM ?



Certaines fonctionnalités jouissent d'un attrait plus important que d'autres. Les alertes et les notifications sont plus appréciées. Viennent ensuite les conseils et prévisions puis les actions automatiques. Les plus jeunes se déclarent les plus réceptifs aux nouvelles fonctionnalités de type PFM.

Figure 31: Pourcentage de l'intérêt «Très intéressé» pour les fonctionnalités de PFM selon l'âge

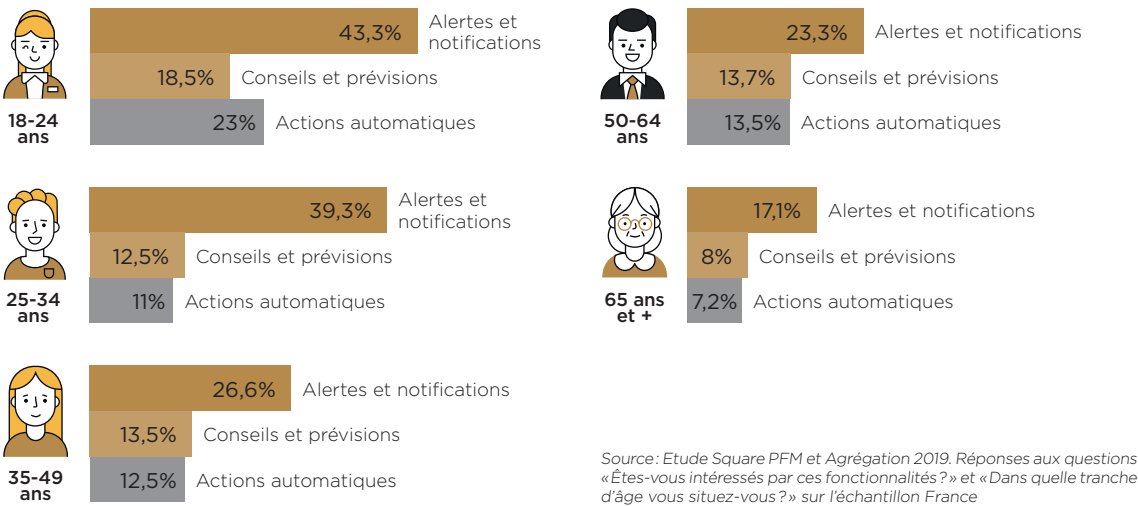
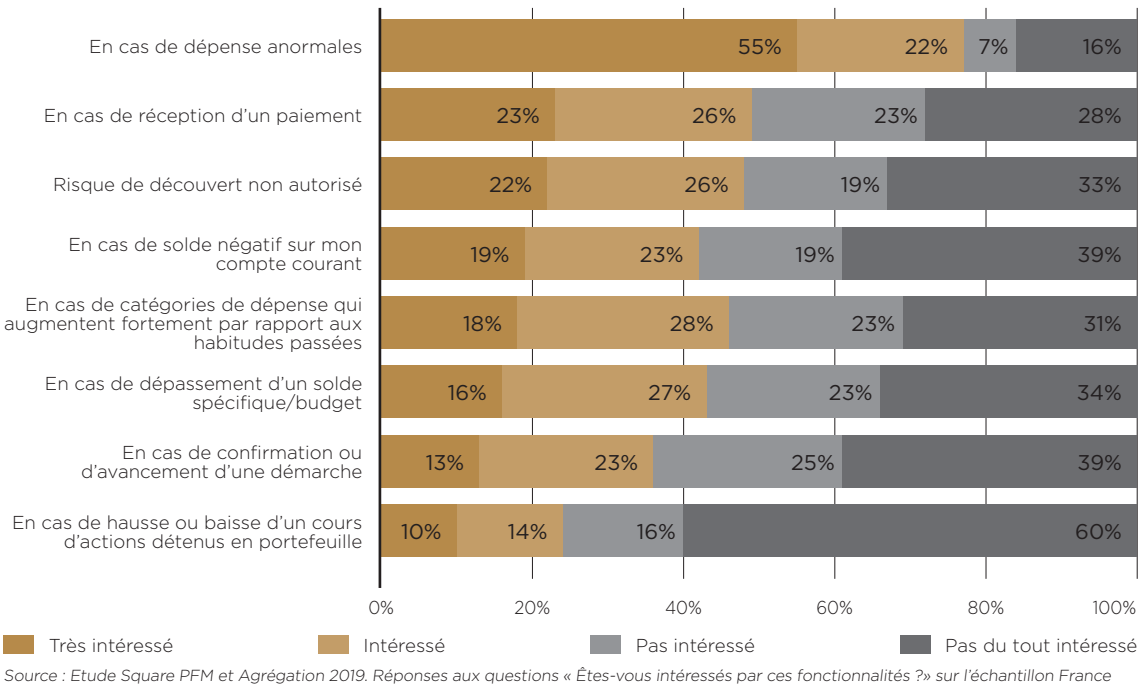
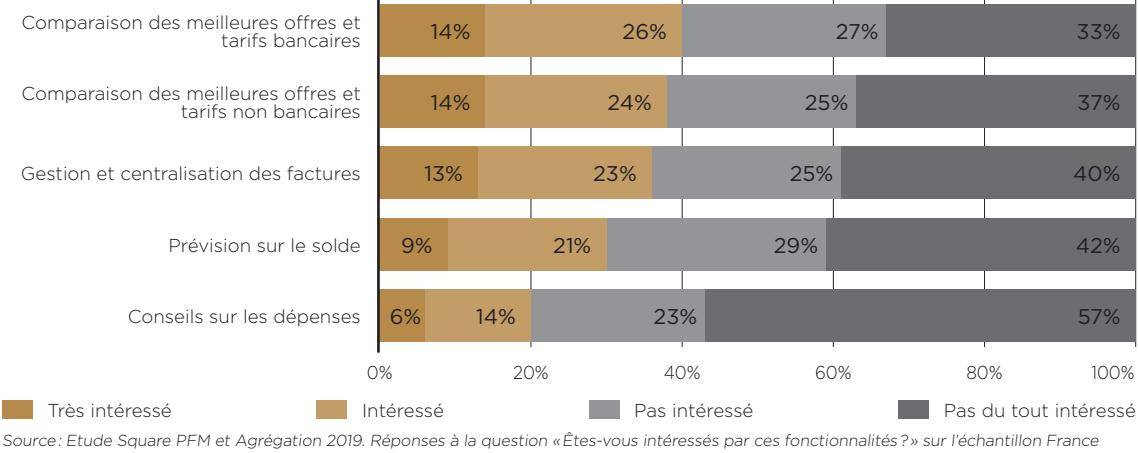


Figure 32: Fonctionnalités d'alertes et de notifications les plus attendues



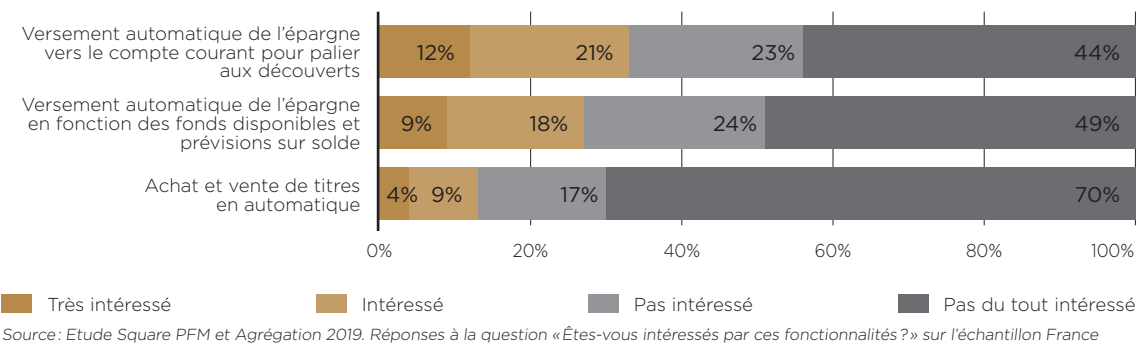
Concernant les alertes et notifications, l'intérêt se porte en premier lieu sur les dépenses anormales, la réception d'un paiement et le risque de découvert non autorisé.

Figure 33: Fonctionnalités de conseils et prévisions les plus attendues



Enfin, les actions automatiques qui semblent le plus intéresser les clients sont :

Figure 34: Fonctionnalités d'actions automatiques les plus attendues



QUELS FREINS À L'UTILISATION D'UN OUTIL DE PFM ?

Pour les non utilisateurs de PFM, les freins à l'utilisation de la PFM sont :

- Premier frein : le manque d'intérêt en général (55% de citations).
- Deuxième frein : la peur que les données bancaires ne soient partagées et utilisées autrement que pour ce qu'elles sont et par une autre entité que leur banque (40% de citations).
- Troisième frein : l'inquiétude quant à la sécurité des données bancaires et personnelles (36%).
- Les autres freins sont peu cités par les

utilisateurs de PFM, comme la catégorisation trop aléatoire, les estimations et prévisions trop peu correctes, l'outil trop compliqué et pas assez intuitif.

Pour les utilisateurs actuels de PFM :

- 40% considèrent qu'il n'existe pas de frein.
- 20% émettent des réserves quant à l'utilisation des données bancaires par une autre entité que leur banque.
- 15% déclarent que la technologie n'est pas encore assez bien développée, notamment la catégorisation, pour un usage correct.

3.4.2

LA PERSONAL FINANCE MANAGEMENT EN FRANCE

CE QU'IL FAUT RETENIR



96% des Français ne connaissent pas le terme PFM, mais cette connaissance tend à augmenter chez les jeunes et chez les multi-bancarisés.



Bien que les Français ne connaissent pas le terme PFM, ils sont environ 20% à utiliser certaines des fonctionnalités.



38% des Français se déclarent intéressés par ces fonctionnalités, notamment les 18-49 ans et les clients multi-bancarisés.



Ce sont les alertes et notifications qui intéressent le plus les Français (53%).

3.4.3.

LA PERSONAL FINANCE MANAGEMENT EN BELGIQUE

CONNAISSANCE DE LA PFM

Le déficit de connaissance des outils de « PFM » et autres coachs financiers est encore plus flagrant que pour l'agrégation des comptes: 96% des répondants déclarent n'avoir jamais entendu parler du concept de PFM.

Pourtant, 15% des répondants déclarent disposer ou utiliser une fonction de base du PFM comme la catégorisation des dépenses (automatique ou manuelle) dans leur environnement bancaire.

L'usage réel surpasse donc la connaissance des

concepts de PFM et de coaching financier qui regroupent des fonctionnalités très diverses: depuis les plus simples et les plus universelles comme la catégorisation des dépenses jusqu'aux plus complexes et spécifiques comme les outils d'aide à la décision ou d'analyse prédictive des comportements d'achat.

Les fonctionnalités les plus utilisées sont l'épargne dans un but spécifique, la catégorisation automatique des dépenses et la représentation graphique de l'état des dépenses (type d'achat, crédit, débit, etc.).

UTILISATION ET INTÉRÊT DE LA PFM

38% des non-utilisateurs se déclarent potentiellement intéressés par le développement de fonctions de coaching financier, cette proportion monte même à 50% pour les 18-35 ans.

Les fonctionnalités qui intéressent plus particulièrement les utilisateurs potentiels sont les alertes:

- Les alertes (SMS ou autre) en cas de dépense anormale ou de suspicion de fraude avec 75% de réponses « intéressé » ou « très intéressé ».
- Les alertes en cas de mouvement spécifique comme le salaire ou un remboursement avec 42% de réponses « intéressé » ou « très intéressé ».
- Les alertes sur des catégories de dépenses qui augmentent fortement par rapport aux habitudes avec 40% de réponses « intéressé » ou « très intéressé ».

Les attentes varient entre les hommes et les femmes. Les hommes sont plus intéressés par des outils et des alertes de prévention des fraudes ou des découverts. Les femmes privilégient davantage des outils d'aide à la décision de type comparateurs de coûts.

Figure 35: Intérêt pour la PFM

Réponses	Moyenne	18-35 ans	36-55 ans	56 ans et plus
Oui, j'en utilise déjà une	1	1,89%	0,43%	1,43%
Oui, je pourrais être intéressé	38	50,31%	38,53%	28,10%
Non, mais j'en ai déjà utilisé une	1	0,00%	1,30%	0,95%
Non, je ne suis pas intéressé	54	42,14%	53,25%	62,86%
Je ne sais pas	6	5,66%	6,49%	6,67%

Source: Etude Square PFM et Agrégation 2019. Réponses à la question « Seriez-vous prêt à télécharger une application spécifique pour bénéficier de fonctionnalités de PFM? » sur l'échantillon Belgique

TOUJOURS LES MÊMES OBSTACLES

Les freins perçus à l'utilisation d'un outil de PFM sont identiques à l'agrégation des comptes:

- Un manque d'intérêt en général (30%).
- Un refus de partager des données financières avec un autre intermédiaire que sa banque (25%).
- Des craintes autour de la possible utilisation malveillante des données (20%).

3.4.4.

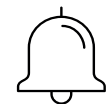
LA PERSONAL FINANCE MANAGEMENT EN BELGIQUE CE QU'IL FAUT RETENIR



Le concept de « PFM » est largement inconnu du grand public, même si dans la pratique 15% des répondants utilisent déjà des fonctions de base liées aux outils de gestion personnelle des finances.



38% des non utilisateurs se déclarent potentiellement intéressés par le développement de fonctions de coaching financier, cette proportion monte même à 50% pour les 18-35 ans.



Les fonctions les plus plébiscitées concernent la réception d'alertes en cas de suspicion de fraude ou de d'exécution de transactions importantes (remboursement de crédit, paiement d'un salaire, etc.).



4.

NOS INTERVIEWS D'EXPERTS

NOS INTERVIEWS D'EXPERTS



Jason Curtis
European Sales
Manager



Dorel Blitz
VP Strategy &
Business Development

PERSONETICS TECHNOLOGIES

INTERVIEW RÉALISÉE LE 03 SEPTEMBRE 2019



Personetics was founded in 2011 by David Sosna and David Govrin in Tel Aviv (Israel). The company has been named a Gartner Cool Vendor, a Top Ten FinTech Company by KPMG, and a Top Ten Company to Watch by American Banker. The company has main offices in New York, London, Singapore and Tel Aviv. Personetics Technologies use artificial intelligence to analyse customer transaction data in real-time and uses this analysis to deliver Personalized Financial Management information.

CAN YOU PRESENT PERSONETICS ACTIVITIES?

Personetics is a FinTech – AI-Based Proactive & Personalized Engagement Platform who helps financial institutions to stay relevant and to provide real time value to their clients. The company is harnessing the power of artificial intelligence to transform digital banking into the centre of the customer's financial life.

Personetics allows the financial institutions to:

- Better understand its customers financial behaviours, in an granular and aggregated view.
- Increase its customers engagement & product adoption with digital or physical channel.

In other words, the company helps bank to be much smarter about the way they are engaging with customers.

CAN YOU PRESENT PERSONETICS' SOLUTIONS?

Personetics has different business products which are all about taking the engagement of the bank and the client into the next level.

We are designing white-label platforms which are more than an average PFM platform, as it's able to provide real-time personalized guidance and automated financial decisions. In fine, our solutions help the customer to stay on the top of finance and to anticipate his needs.

Most of the banks are going through very long IT processes, which are not always delivering the expected results. Personetics solutions are agile and short in time-to-market. Indeed, with our solution the business team has the control on the platform: it has the capability to set it up very quickly and manage the customer journey without going through the IT circle. This platform can be integrated into the bank's application, impacting all its customers.

More than 35 billion customer transactions have been analysed by Personetics.

WHO ARE PERSONETICS CUSTOMERS?

Personetics solutions are used by more than

40 financial institutions. The company counts among its customers 4 of the top 5 US banks and 6 of the top 12 banks in North America and Europe. Its clients include Santander (largest bank the eurozone), BNP Paribas and AXA Banque in France, United Overseas Bank (UOB). Personetics is serving over 65 million bank customers worldwide.

WHAT IS YOUR VIEW OF THE PFM MARKET?

Banks don't have the same maturity about PFM expectations. We can identify 4 different levels:

- First level: PFM 0.1 which is focusing on data aggregation and categorisation.
- Second level: PFM platform helps the banks to increase the engagement of their customers by providing out-of-the box smart insights. The platform knows how to analyse real time customer relationship behaviour and to highlight what is important to the customer in a proactive approach.
- Third level: PFM platform is providing advice and suggestions to bank's customers. This means that the platform is connected with the bank ad hoc solution. At this step, the customer still has the control.
- Last level: PFM platform enables the banks to think and act on behalf of their customer.

For example, the customer will just have to give a one-time consent and the bank will automatically transfer money to saving account. At this level, the bank has built a proactive relationship with its customers.

Currently, most of the banks are on level one in the maturity curve. They are not really offering some business value to their customers. But we believe that PFM solutions should help banks to better understand customers behaviour in real time and in a holistic way and help customers to self-drive their money.

The FinTech role is to support them through this journey. That's with Personetics who is designing some clear roadmap for its clients to increase their level of automation.

WHAT IS THE FUTURE OF PFM?

In the short term, automation is the next step for most of the bank. In the long run, we think that PFM solutions should allow banks to take power over customers. Everybody agreed that the self-driving car will happen in the market. We believe that this transformational change will also occur in the banking area.

When banks will have the maturity and the technical skills, they will be able to think and act on behalf of their clients so as to provide a seamless engagement with them.

NOS INTERVIEWS D'EXPERTS



Thomas de BOE
Head of product
management

KEYTRADE BELGIQUE

INTERVIEW RÉALISÉE LE 12 SEPTEMBRE 2019



C'est en 1998 que le premier site d'investissement en ligne en Belgique voit le jour sous le nom de VMS-Keytrade. En 2002, VMS-Keytrade devient Keytrade Bank et acquiert son statut bancaire en rachetant Real-Bank. En 2005, Keytrade Bank est racheté par le Groupe Crelan (anciennement Crédit Agricole) et en devient une filiale à 100%. Aujourd'hui, et ce depuis juin 2016, Keytrade Bank fait partie du groupe Crédit Mutuel Arkéa (100%).

QUELLE EST L'OFFRE DE KEYTRADE DANS LE DOMAINE DE LA PFM ET DE L'AGRÉGATION DES COMPTES ?

Les API sont prêtes et seront disponibles en production à partir du 14 Septembre 2019. Il sera possible d'agréger un compte Keytrade Bank dans une application bancaire tierce à partir de cette date. L'agrégation de comptes externes au sein de l'application Keytrade Bank est au programme mais il n'est pas encore possible de donner une date précise pour la mise à disposition.

Avec l'Open Banking, nous allons travailler sur des services et produits non-bancaires. Dans le passé nous étions concentrés sur les produits financiers, aujourd'hui nous essayons d'élargir notre horizon. Travailler avec des partenaires est de plus en plus important pour délivrer de la valeur, autant pour le client que pour la banque.

Nous devons, bien-sûr, garder en tête que nos ressources ne sont pas illimitées et nous devons donc rester concentrés sur les sujets qui sont le plus pertinents pour nos clients. Notre but n'est pas de devenir un supermarché de tout type de services, un one-stop-shop pour de nombreux services non-bancaires ; ce n'est pas notre compréhension de ce que nos clients attendent de nous. Pour donner un exemple : nous ne déciderons de distribuer des tickets de transport ou de cinéma que si nous estimons avoir la légitimité nécessaire et si nous pouvons fournir une valeur ajoutée au client par rapport aux options qui existent déjà.

QUELLE EST VOTRE VISION DU MARCHÉ ACTUEL L'AGRÉGATION DES COMPTES ?

L'offre d'agrégation dans le marché est pour le moment limitée mais devrait augmenter. Il y a toutefois un point d'interrogation concernant la vitesse d'adoption qui sera graduelle comme l'a montré l'exemple du marché britannique.

Je pense que quand on regarde l'expérience sur ce marché, nous devons rester humbles. Les banques vont avoir besoin d'un peu de temps pour trouver la bonne approche pour exposer leurs API, pour intégrer des API et pour nouer des partenariats. L'année 2020 sera celle de la stabilisation et de l'apprentissage.

QUELS BÉNÉFICES ESPÉRER DE CETTE OUVERTURE ?

Difficile à dire étant donné que l'agrégation de compte ne semble pas répondre à une attente forte de la part des clients. Nous espérons, entre autres, que l'agrégation de comptes va apporter plus de transparence sur les frais de gestion de comptes. Si les clients peuvent comparer plus facilement les coûts annexes de leurs comptes (frais de gestion, frais de retrait en cash, coût d'utilisation de la carte de crédit etc.), ils réaliseront mieux que toutes ces opérations sont gratuites chez Keytrade Bank et qu'ils ont intérêt à utiliser notre banque comme leur banque principale. De plus, notre ambition est d'aider les clients à prendre globalement de meilleures décisions. L'open banking nous permettra donc de fournir un service plus riche à nos clients.

En Belgique il n'y a pas de concurrent de type « banque en ligne » et les FinTech sont plus des partenaires que des concurrents potentiels. N26 ou Revolut ne sont pas nos plus gros concurrents car l'offre de notre banque est bien plus complète. La Belgique ne représente pas un marché prioritaire et/ou important pour ces néo-banques aujourd'hui. Quant à l'offre « Invest » de Revolut, à utilisation égale, elle est potentiellement plus chère chez Revolut que chez Keytrade Bank. Les vrais concurrents sont les grandes banques « classiques » qui peuvent investir énormément pour se transformer en banques digitales.

JUSTEMENT, NOUS SAVONS QUE SOUVENT LES CLIENTS DE KEYTRADE BANK SONT ÉGALEMENT CLIENTS DANS D'AUTRES BANQUES. NE CRAIGNEZ-VOUS PAS QUE VOS CLIENTS PRIVILÉGIENT L'UTILISATION DES INTERFACES DE VOS CONCURRENTS ?

C'est un risque mais Keytrade Bank fait tout son possible pour sortir une interface efficace et simple d'utilisation. On espère que nos clients privilégieront son utilisation. Il est vrai que beaucoup de nos clients ont encore des comptes dans d'autres banques mais avec les développements récents de notre gamme de produits, on espère bien devenir de plus en plus la banque principale de nos clients grâce, par exemple, au développement de notre offre de crédit hypothécaire KEYHOME. On peut constater dans quelques études qui sont sorties récemment dans la presse que les clients Keytrade Bank sont globalement beaucoup plus satisfaits de leur expérience client chez nous que dans les grandes banques.

QUELLE EST VOTRE VISION DE LA PFM ?

Notre positionnement est de devenir l'assistant financier du client et cela passera au travers d'outils de type PFM ou d'outils visant à aider le client à mieux gérer son budget, optimiser ses dépenses et réduire ses frais bancaires.

NOS INTERVIEWS D'EXPERTS



Jérôme BOUROT
Digital Product Owner

BIL

INTERVIEW RÉALISÉE LE 16 JUILLET 2019



Jérôme Bourot rejoint la BIL en 2015 en tant qu'analyste fonctionnel avant de devenir Product Owner Digital. Avant cela, Jérôme construit sa carrière dans le conseil à Paris avec des missions orientées vers le service au client final et dans les institutions européennes à Luxembourg.

La BIL est la Banque Internationale à Luxembourg, créée en 1856. Elle est spécialisée dans la banque de détail, banque privée, banque des entreprises et des marchés financiers. La BIL est présente dans plusieurs pays en dehors du Luxembourg, notamment au Danemark, en Suisse et au Moyen-Orient.

COMMENT SE COMPOSE VOTRE WEB BANKING ET QUELLES SONT LES FONCTIONNALITÉS PHARES QUE VOUS OFFREZ ACTUELLEMENT ?

BILnet est connu comme étant une application bancaire en avance par rapport au marché bancaire luxembourgeois. Nos notations sur les stores Apple ou Android démontrent que notre application est plutôt bien appréciée par nos clients.

On retrouve la majorité des fonctionnalités de base d'une application bancaire ainsi que des fonctionnalités moins courantes mais très appréciées par les clients comme, par exemple, le blocage et déblocage temporaire ou total de cartes Vpay ou cartes de crédit.

Par ailleurs, nous avons détecté une attente assez structurante chez nos clients/prospects : l'onboarding digital via mobile ou web, sans devoir se rendre en agence. Nous sommes encore les seuls au Luxembourg à offrir cette fonctionnalité et nous mettons un point d'honneur à maintenir cette fonctionnalité et l'adapter. C'est une fonctionnalité intéressante, notamment pour les frontaliers qui n'ont pas nécessairement le temps de venir en agence sur leurs horaires de travail.

Une autre fonctionnalité phare qui vient compléter depuis seulement quelques mois notre portefeuille de fonctionnalités, est l'onglet « Budget » qui est un début de PFM (Personal Finance Management). Cette fonctionnalité est disponible sur l'application depuis mars 2019, après plusieurs mois intenses de projet.

SELON VOUS, QUELLES SONT LES FUTURS DÉVELOPPEMENTS ET FONCTIONNALITÉS QUI VONT BOULEVERSER LE MONDE BANCAIRE ?

Nous allons continuer à améliorer nos applications mobile et web en restant à l'écoute des besoins de nos utilisateurs. Nos projets en cours sont tournés vers l'exploitation de la DSP2, les paiements mobiles et l'Open Banking en général. Par ailleurs, le monde bancaire luxembourgeois ne sera pas nécessairement bouleversé de la même manière que ses pays voisins.

En France, certaines choses marchent déjà très bien et sont entrées dans les mœurs. Ce n'est pas nécessairement le cas encore au Luxembourg. Par exemple, les outils de PFM ou d'agrégation existent déjà en France depuis quelques années alors que ces fonctionnalités n'existent que très peu encore au Luxembourg. Il faut donc être en mesure d'éduquer les gens et d'y aller progressivement.

Au Luxembourg, on sait que c'est une fonctionnalité qui pourrait avoir du mal à prendre. On peut prendre l'exemple de MIA, l'outil de la Spuerkeess, qui, quand ce dernier est sorti, a reçu beaucoup de commentaires, notamment sur l'approche d'un outil de ce type, puisqu'il s'agit de gestion de données très personnelles. Pour illustrer ce côté personnel, revenons aux années 1995, où des outils comme MS Money étaient utilisés. On installait un logiciel sur son ordinateur, c'était personnel et privé, on mettait un code dessus. Cette utilisation très personnelle / privée se retrouve désormais exposée sur une application bancaire, un peu à la vue de tous.

POURQUOI AVEZ-VOUS LANCÉ VOTRE OFFRE DE PFM ?

Nous nous sommes aperçus que cela fonctionnait plutôt bien en France, notamment avec des taux d'adoption d'environ 40% des utilisateurs que nous ciblons sur ces nouvelles fonctionnalités. En France, il y a de l'agréga-

tion externe de compte, de la catégorisation de mouvement, etc. Nous avons aussi de très bons exemples de PFM dans le monde, avec Mint, le leader historique ou Wells Fargo aux Etats-Unis basés sur une approche de récompenses et qui permet aux clients de faire des prédictions automatiques, d'être proactifs sur leurs comptes avec par exemple de l'épargne automatique.

Après discussion avec plusieurs acteurs, nous avons donc décidé de lancer une offre de PFM en mars 2019 sur le Luxembourg.

QUEL EST VOTRE POSITIONNEMENT PAR RAPPORT AUX SERVICES DES FINTECH / AUTRES BANQUES ? COMMENT PERCEVEZ-VOUS L'ÉCOSYSTÈME DU PFM ?

Au Luxembourg, nous faisons partie des premières banques à avoir lancé un outil de PFM. Les FinTech d'agrégation et de PFM ne sont pas encore trop présentes. Budget Insight s'est lancée dans l'aventure sur notre territoire où d'autres initiatives apparaissaient et nous avons été séduits par leur offre.

D'autres acteurs belges et Français s'intéressent à se positionner sur le marché luxembourgeois. Concernant l'évolution de notre positionnement, nous sommes comme la majorité des banques et acteurs de la place luxembourgeoise : tout le monde se cherche, notamment

à cause de la DSP2 qui entre en vigueur en septembre 2019. La plupart des banques et des acteurs de l'agrégation, comme Luxhub, recherchent un business model pour ce service. Et tout dépendra de la stratégie globale de la banque sur le volet Open Banking. Pour l'instant, le marché reste très conservateur.

COMMENT DÉCRIRIEZ-VOUS VOTRE OFFRE DE PFM ET D'AGRÉGATION DE COMPTES ?

Nous n'offrons actuellement pas d'agrégation de comptes sur notre application BILnet. Nous nous sommes longtemps attardés sur cette possibilité mais ne sachant pas si cela intéresserait réellement nos clients, nous n'avons pas pris le parti de réaliser trop vite ce projet de grande ampleur qui aurait été basé en grande partie sur du screen scraping en cette ère pré-API. Avec l'arrivée de la DSP2, nous sommes en train de reconsidérer le sujet. Concernant notre outil de PFM, nous offrons les fonctionnalités de base, c'est-à-dire, simplement la catégorisation des dépenses et revenus ainsi que la mise en place de limites sur les catégories permettant, si les limites sont dépassées, d'alerter visuellement le client de son dépassement.

Bien qu'au début du projet nous avons spécifié un certain nombre d'autres fonctionnalités, nous nous sommes aperçus qu'il fallait avant tout maîtriser totalement le fondement de l'outil avant de partir sur d'autres fonctionnalités. La catégorisation étant la base d'une intelligence de gestion des finances personnelles, il faut avant tout qu'elle soit proche du mapping « parfait », notamment pour fidéliser la clientèle et l'amener par la suite vers des fonctionnalités plus complexes.

Notre application offre donc actuellement la catégorisation des dépenses et des revenus et certaines alertes, par exemple, sur les situations de comptes ou la mise à disposition de nouveaux documents.

SELON VOUS, QUELLES SONT LES DIFFICULTÉS À METTRE EN PLACE UN OUTIL DE PFM ET D'AGRÉGATION DE COMPTES ?

Justement, la première difficulté à mettre en place un bon outil de PFM, est avant tout de maîtriser la base : la catégorisation. Cette dernière doit être intelligente et automatique, afin d'éviter à l'utilisateur de passer son temps à catégoriser manuellement des mouvements. Si l'utilisateur prend du temps à catégoriser à chaque fois ses dépenses et revenus, il abandonnera son utilisation, soit au profit d'une autre application avec de meilleurs résultats, soit en n'utilisant pas de service équivalent puisqu'il n'en aura pas aperçu la valeur ajoutée.

Nous avons travaillé longuement sur cette problématique, notamment avec Budget Insight qui nous a accompagné sur la technologie de mapping et de moteur de recherche. Notre couverture de catégorisation frôle maintenant les 90% de réussite permettant ainsi au client de profiter des avantages de la catégorisation. C'est finalement ce qui a pris le plus de temps dans la mise en place de cet outil.

Lorsque nous avons commencé le projet, nous partions sur une base de reconnaissance des mouvements et de leur catégorisation en français. Le problème pour une banque luxembourgeoise est qu'une bonne partie de sa clientèle peut se déplacer entre le Luxembourg, la France, la Belgique et l'Allemagne (sans compter, par exemple, les vacances plus

lointaines) et que les langues utilisées par les commerçants / institutions sont diverses et variées. Nous passions du coup d'un matching de 80% à 55% selon les échantillons, taux insuffisant pour prétendre fournir un outil intelligent. Une des difficultés que nous avons aussi rencontré, a été de savoir trouver le juste milieu entre ce que nous souhaitions développer en tant que banque et les attentes et besoins réels des clients. Nous avons pris beaucoup de temps pour effectuer des tests utilisateurs afin de simplifier au maximum l'outil. Si trop de fonctionnalités sont disponibles directement sur l'application ou sur notre onglet « Budget » alors l'utilisateur se perd et risque donc à terme de ne plus utiliser l'outil. Un exemple intéressant est la mise en place de la mensualité : nous n'avons pas tous la même notion de mensualité, essentiellement pour les gens recevant leur salaire le 15 du mois (c'est le cas pour les institutions européennes notamment). Cela a été très dur pour nous d'instaurer cette notion dans l'outil : soit nous ajoutions une fonctionnalité personnalisée permettant à l'utilisateur de définir sa mensualité, soit nous restions sur une mensualité calendaire... La tâche compliquant l'outil, nous sommes restés sur le postulat plus général de la mensualité calendaire pour éviter de perdre l'utilisateur.

Enfin, une des dernières difficultés que nous avons rencontré peut trouver son origine côté réglementaire : la GDPR. En effet, lorsqu'il s'agit d'offrir aux clients un nouvel outil se basant sur des données personnelles, la banque est dans l'obligation de demander l'accord du client pour l'utilisation de ses données.

Malheureusement, nous nous sommes rendus compte que cette étape d'acceptation des conditions générales d'utilisation de l'outil était

un vrai frein à l'adoption de ces fonctionnalités par les clients si elle n'était pas amenée correctement. Cela peut faire peur et le client n'a pas la possibilité d'essayer la fonctionnalité avant de consentir à l'utilisation de ses données et donc de savoir si cela vaut le coup pour lui.

QUELS SONT LES PRÉREQUIS À LA MISE EN PLACE D'UN BON OUTIL DE PFM / AGRÉGATION DE COMPTES ?

Les prérequis sont avant tout une bonne intelligence de catégorisation comme dit précédemment mais aussi de bonnes User Experience et User Interface. Il faut avant tout être à l'écoute du client et savoir avancer pas à pas. Nous avons dû par exemple, reprendre plusieurs fois le vocabulaire utilisé dans notre outil de catégorisation afin que ce dernier corresponde au maximum au vocabulaire de nos clients.

Un bon outil de PFM doit sécuriser le client et être intelligent. C'est là que l'utilisation des datas est importante. Plus on a de datas et plus nous pouvons être en mesure de fournir aux clients des conseils proactifs et spécifiques. C'est à ce point-ci que l'agrégation prend tout son sens et qu'elle commence à trouver sa valeur ajoutée pour accompagner un outil de PFM.

QUELLE EST VOTRE CLIENTÈLE CIBLE POUR VOTRE OFFRE DE PFM ?

Comme pour chaque projet digital, nous avons créé des personas ciblés pour cette nouvelle fonctionnalité. Nous pensions toucher essentiellement les jeunes actifs et les frontaliers avec notre outil de catégorisation mais finalement nous nous rendons

compte que 40% de notre clientèle utilise cette fonctionnalité. Nous sommes proches des tendances françaises sur l'utilisation d'un outil de PFM, notamment puisque nous avons réussi à sortir un produit innovant, intelligent et simple. C'est un bon score pour le Luxembourg qui est un pays connu pour être encore très conservateur.

Néanmoins, il reste difficile d'obtenir des données très spécifiques sur le profil des utilisateurs mais nous supposons que tout le monde y trouve son compte. Par exemple, un de nos collègues d'une cinquantaine d'années vérifie, via cette catégorisation, les dépenses qu'effectue son fils.

LES CLIENTS DE VOTRE OFFRE DE PFM SONT-ILS MULTI-BANCARISÉS?

Nous supposons que nos clients sont effectivement multi-bancarisés. La majorité des personnes luxembourgeoises ont, a minima, un compte à la Spuerkeess et / ou à la Post pour des raisons historiques ou culturelles.

Par ailleurs, nous avons aussi une large proportion de frontaliers dans nos clients donc nous supposons qu'ils ont aussi des comptes dans leur pays de résidence.

PENSEZ-VOUS QUE LA PFM / L'AGRÉGATION JOUIT D'UNE ATTENTE FORTE?

Il s'agit d'une fonctionnalité intéressante essentiellement pour les nouveaux clients et les frontaliers puisqu'ils pourront se voir offrir une plateforme unique et avoir une vue d'ensemble de leurs comptes, tout en profitant de conseils sur leurs dépenses.

Néanmoins, pour les luxembourgeois, je pense qu'il serait opportun de trouver un levier

supplémentaire d'adoption: cette fonctionnalité doit leur servir à quelque chose, doit avoir une valeur ajoutée.

Par exemple, LCL a trouvé le moyen via leur service LCL Citystore, de mettre à disposition des coupons de promotion pour certaines boutiques et marques présentes dans la zone où l'utilisateur se trouve. Cette fonctionnalité couplée à un outil de PFM permettant de catégoriser les dépenses pourrait être un bon moyen d'insuffler une valeur ajoutée aux clients.

SELON VOUS, QUELS SONT LES ENJEUX DE LA PFM DE DEMAIN?

Je pense que l'enjeu principal de la PFM de demain est de réussir à ne pas être trop intrusif pour le client. Les outils de PFM doivent savoir trouver le juste milieu entre le conseil proactif, les actions et les conseils prédictifs et l'intrusion dans la vie financière.

De ce fait, les outils devront permettre de promulguer des conseils très personnalisés et prévenir le client via un système d'alertes sur des actions ou des informations spécifiques.

Selon moi, bien que le but de la banque soit de garder le plus longtemps possible son client sur son espace bancaire, la PFM a vocation à accompagner le client tout en lui permettant de passer moins de temps sur son application. Si le client sait que son argent est surveillé, géré automatiquement selon des règles maîtrisées et que tout événement important lui sera remonté le plus vite possible, il sera rassuré, en maîtrise, et ne devra pas consulter son application chaque jour.

L'une des forces de la PFM est de permettre à la banque d'aller à la rencontre du client et non pas l'inverse.

De plus, je pense que la frontière entre la Banque privée et la Banque de détail est de plus en plus mince, notamment avec l'instauration d'outils de ce type. Un outil de PFM, c'est faire profiter un client d'une banque de détail d'une partie du conseil financier promulgué par les banques privées, mais automatiquement, en évidemment beaucoup plus simplifié et, bien sûr, cohérent avec ses avoirs et consommation/ gestion journalière. C'est d'ailleurs l'approche que semble avoir retenue la BGL avec leur outil Genius.

L'un des enjeux des outils de PFM c'est avant tout d'apporter du sens à une transaction. On transforme une liste de transactions en dépenses et revenus que le client peut interpréter en événements de vie et/ou sous ensemble du budget qu'il possède.

Le jour où une application sera capable d'apporter une fonctionnalité de PFM et de l'agrégation en étant réellement à l'écoute de ses clients, et arrivera à donner du sens aux mouvements et dépenses du client, alors oui, cela sera l'application unique utilisée par le client au détriment des autres applications bancaires.

CROYEZ-VOUS À LA NOTION DE COACHING FINANCIER?

L'idée de coaching financier me paraît trop négative. Cela fait référence à un appel à l'aide, à une perte de maîtrise de ses finances. Je préfère donc employer le terme « copilote ». Pour moi, la banque doit se positionner en copilote pour accompagner son client, l'aiguiller et ouvrir un dialogue d'égal à égal. La banque ne doit donc pas à mon sens « coacher » grâce à des actions automatiques

par exemple, mais accompagner au travers de conseils judicieux, afin d'instaurer un climat de confiance. La banque va pouvoir se positionner comme accompagnateur et co-pilote de la gestion des finances des clients. Le client ne perd pas la main sur ses finances et il pourra, selon sa maturité, monter ou descendre le taux de pilotage par l'application.

Néanmoins en fonction du pays, certaines choses sont susceptibles de marcher plus que dans d'autres. En France, par exemple, les actions automatiques pourraient fonctionner, alors qu'au Luxembourg, ce genre de comportement sur une application bancaire pourrait faire peur.

PENSEZ-VOUS QUE DES ACTEURS LUXEMBOURGEOIS VONT SE POSITIONNER SUR L'AGRÉGATION DE COMPTES?

Comme dit précédemment, nous avons déjà des acteurs français et belges qui souhaitent se positionner sur le marché luxembourgeois. Néanmoins, bien qu'on ait certains échos d'acteurs souhaitant venir agréger des données bancaires des banques luxembourgeoises, je ne crois pas que cela sera d'une grande ampleur. Je pense que le phénomène sera inversé, avec des banques luxembourgeoises qui vont se positionner pour aller agréger un maximum de données bancaires de leurs clients, dans d'autres pays, pour la clientèle frontalière par exemple.

Si toutes les banques se positionnent sur l'agrégation de comptes, la nouvelle donne sera de fidéliser leurs clients avec une application bancaire différenciante et des services uniques par exemple.

NOS INTERVIEWS D'EXPERTS



Romain Bignon
CEO

BUDGET INSIGHT

INTERVIEW RÉALISÉE LE 18 JUILLET 2019



Romain Bignon est un développeur autodidacte qui a commencé sa carrière dans une société de sécurité informatique. En parallèle, il s'est intéressé aux logiciels libres et faisait notamment du scraping pour des sites bancaires. En 2012, il s'associe avec Clément Coeurdeuil (diplômé de Central Paris) pour fonder Budget Insight, une application dont l'objectif était de scraper et d'agréger les données bancaires de ses utilisateurs.

A l'origine, Budget Insight proposait un service d'agrégation de comptes pour aider les particuliers dans la gestion de leurs finances quotidiennes. Après plus de 50 000 téléchargements de leur application, les fondateurs de Budget Insight se sont orientés vers le B2B et fournissent leur technologie d'agrégation financière par API à des tiers.

POUVEZ-VOUS NOUS PRÉSENTER BUDGET INSIGHT ?

L'idée de Budget Insight est née du constat qu'il est de plus en plus complexe, surtout pour les particuliers multi-bancarisés, de gérer leur argent : les informations viennent de plusieurs sources, sont structurées de manière hétérogène et souvent peu lisible.

Budget Insight s'adressait, à l'origine, aux particuliers et leur proposait de se connecter

à leur place à leurs comptes bancaires, de collecter leurs données, de les agréger, de les retravailler et de les restituer de manière intelligible et pertinente. Ainsi, les utilisateurs de l'application pouvaient visualiser les virements qu'ils avaient émis, classés par catégories, avec le nom du bénéficiaire, alors qu'un relevé de compte les restitue par date d'émission et n'affiche que les coordonnées du compte crédité.

La technologie de scraping développée par Budget Insight a rapidement intéressé d'autres acteurs du secteur financier, que ce soit des FinTech, des experts comptables, des éditeurs de logiciels de gestion ou des banques. En effet, le scraping permet d'avoir un accès direct aux données bancaires des clients, ce qui ouvre la voie à de nouvelles expériences utilisateur et à de nouvelles offres commerciales. Nous, les fondateurs, avons réalisé que la valeur de Budget Insight n'était pas tant dans l'activité d'agrégation proprement dite que dans la technologie que nous avons développée. Dès lors, nous avons décidé de nous concentrer sur le segment du B2B en développant une offre de services autour d'API en marque blanche.

Depuis la création, Budget Insight exerçait son activité en autofinancement. Mais pour faire face à un marché qui se globalise et sur lequel la plupart des acteurs sont déjà fortement capitalisés, il nous est apparu indispensable de procéder à une levée de fonds.

Le rapprochement entre Budget Insight et Arkéa a été initié fin 2018. Ce rapprochement s'est fait très naturellement. En effet, l'établissement bancaire est client de Budget Insight depuis 2016 et partage la même vision sur l'Open Banking. Ainsi, comme avec Leetchi et Pumpkin précédemment, Arkéa a réalisé une prise de participation majoritaire au capital de Budget Insight en juillet 2019.

QUELLE EST L'OFFRE DE BUDGET INSIGHT ?

Budget Insight dispose d'un portefeuille d'environ 200 clients « corporate » auxquels il propose un hub de services. Ces services sont développés en fonction des besoins spécifiques des clients :

- Pour les cabinets d'expertise comptable, le service d'agrégation de Budget Insight permet d'automatiser la collecte et le traitement comptable des données financières.
- Pour les banques, Budget Insight propose des services de PFM allant jusqu'à l'analyse des comptes bancaires pour faire, notamment, du profilage de clients.
- Pour la grande distribution, les API fournies par Budget Insight permettent d'accéder aux données bancaires des clients et

de construire des offres de fidélisation personnalisées.

- Pour les cabinets en gestion de patrimoine, Budget Insight permet d'avoir une vision à 360° sur la situation financière des clients et donc d'affiner la pertinence de leur analyse et de leurs conseils.
- Pour la FinTech Lydia (société spécialisée dans le paiement en ligne par smartphone), Budget Insight permet de piloter l'ensemble des comptes de paiement, de faciliter l'alimentation du Wallet et d'initier des virements vers des comptes tiers.

L'entrée au capital d'Arkéa va permettre à Budget Insight d'accélérer sa croissance autour de trois axes :

- Le développement de l'activité en Europe. Budget Insight cible, en priorité, l'Espagne, le Portugal et l'Italie.
- L'élargissement du hub de services financiers. Nous souhaitons proposer, notamment, du crédit scoring, du KYC (Know Your Customer), des offres de fidélisation commerciale, de robot advisor, etc.
- La distribution de produits bancaires par API, qu'ils soient d'Arkéa ou d'autres banques.

Ainsi, Budget Insight travaille actuellement avec Manage.one (banque en ligne française

qui s'adresse aux professionnels : PME, micro-entrepreneurs, artisans, professions libérales, etc.) pour permettre aux experts comptables de procéder à des ouvertures de compte directement par API. Ainsi, l'expert-comptable pourra centraliser un certain nombre de démarches liées à la création d'une activité professionnelle.

QUELLE EST VOTRE VISION DU MARCHÉ ACTUEL DE LA PFM ?

La PFM est, actuellement, un marché confidentiel et les utilisateurs des applications sont principalement des « Smart Consumers », ayant une forte appétence pour le digital. Ces utilisateurs ne sont pas enclins à payer pour du coaching financier. Ainsi, aucun agrégateur n'est aujourd'hui rentable sur son activité de B2C. L'un des enjeux des FinTech est donc de trouver un modèle économique viable.

Ce marché était jusqu'à présent essentiellement local. Avec l'entrée en vigueur de la DSP2 en 2019, les API se standardisent, ce qui ouvre la voie vers une globalisation et une consolidation du marché au niveau européen. Il n'y a d'ailleurs plus de FinTech indépendante sur le marché de la PFM, que ce soit en France ou en Europe, et elles ont toutes au moins une banque au capital.

La DSP2 a, par ailleurs, généré beaucoup de complexité pour les banques, notamment pour la mise en œuvre de l'authentification forte. La réglementation a aussi été très coûteuse et chronophage pour les FinTech, qui ne sont pas encore arrivées à se mettre d'accord avec les banques pour définir des parcours client fluides.

QUEL EST, SELON VOUS, LE FUTUR DE LA PFM / AGRÉGATION DE COMPTES ?

Les banques ne sont pas encore allées assez loin dans leur offre de PFM. Certes, certaines cherchent à l'étayer et réfléchissent, notamment, à proposer un service de prévention des découverts. Mais on ne pourra réellement parler de coaching financier que lorsque les applications de PFM prendront en main la gestion budgétaire. L'utilisateur serait alors un acteur passif et ne serait plus sollicité qu'en cas de changement de situation ou de mouvement anormal. Cela impliquerait de pouvoir personnaliser la gestion financière en fonction du profil de l'utilisateur, ce que la technologie ne permet pas encore de faire. Les FinTech qui proposent du coaching financier vont, quant à elles, se transformer petit à petit en néo-banques. En effet, le simple conseil n'est pas suffisant pour construire un modèle économique rentable et c'est la distribution de produits financiers qui va permettre au marché de la PFM de se pérenniser. Linxo va d'ailleurs ouvrir la voie en 2020 en proposant une carte bancaire 100% temps réel, fruit d'un partenariat avec Visa et Natixis Payments.

Pour les FinTech comme pour les banques, l'enjeu de demain est de se positionner comme le point d'entrée unique de leurs clients pour le pilotage de leur budget et la souscription de produits financiers. In fine, les clients n'accordent pas d'importance à qui fournit le service bancaire. Ils chercheront avant tout le meilleur distributeur qui proposera le parcours client le plus fluide et le plus intégré, que ce soit la banque directement

ou une application tierce. Ce mouvement de fond, qui touche l'ensemble secteur bancaire, est rendu possible grâce à l'open banking.

Prenons l'exemple d'un achat immobilier auprès d'un promoteur immobilier. On peut imaginer que dans un futur proche, celui-ci soit en mesure de collecter les informations bancaires de l'acquéreur, d'interroger les banques et de lui proposer directement le meilleur montage du financement de la transaction. L'ensemble de ces étapes serait intégré dans le processus de vente du promoteur sans que la banque qui finance l'opération n'apparaisse directement. L'intermédiation des services bancaires a déjà commencé. Ainsi, en Espagne, Uber a créé un partenariat avec BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria) pour que le compte bancaire des chauffeurs soit intégré et donc directement accessible depuis leur application Uber. Les banques sont donc en train de passer d'une relation de B2C à une relation de B2B2C. Cette mutation peut faire peur aux banques qui craignent de perdre la main sur la relation client. En réalité, la place de l'humain sera toujours centrale dans le financement de leurs projets de vie. Mais le rôle du banquier va se redessiner et se centrer sur une activité d'expertise et de conseil à valeur ajoutée.

NOS INTERVIEWS D'EXPERTS



Pierre Villeroy de Galhau
Directeur de la Stratégie
& de l'Innovation



David Godat
Directeur R&D
Web

BOURSORAMA BANQUE

INTERVIEW RÉALISÉE LE 16 JUILLET 2019



Pierre VILLEROY
DE GALHAU (HEC
Paris) et David

GODAT (CentraleSupélec) ont co-fondé en 2000 Mercuris, une société spécialisée dans l'optimisation de la fonction achats au travers d'une activité de conseil et de sous-traitance. Revendu en 2008 au groupe anglais Xchanging, ils s'associent à nouveau en 2010 pour créer FIDUCEO qui avait un double positionnement : B2C : développer des outils permettant de simplifier la gestion de la vie administrative et financière des particuliers (solution MoneyDoc). B2B : fournir aux entreprises cette solution en marque blanche pour construire leur offre d'agrégation. FIDUCEO a été acheté en 2015 par Boursorama et son offre est désormais intégrée au sein de l'espace web et applicatif de la banque. Pierre et David ont pris respectivement les fonctions de Directeur de la Stratégie & de l'Innovation et Directeur R&D Web de Boursorama Banque.

Boursorama a été créée en 1998 et était, à l'origine, un site qui incluait tous les cours de Bourse de manière fiable, efficace et instantanée. En 2006, Boursorama lance Boursorama Banque et rachète CaixaBank France, lui permettant ainsi de disposer d'un petit réseau d'agences bancaires. Ces agences ont été progressivement fermées et Boursorama Banque a basculé en 2013 vers un modèle de banque 100% en ligne. Boursorama est une filiale à 100% de la Société générale.

POUVEZ-VOUS PRÉSENTER L'OFFRE D'AGRÉGATION DE BOURSORAMA BANQUE ?

L'offre d'agrégation de Boursorama Banque répond à plusieurs enjeux :

- D'une part, renforcer le leadership de la banque sur le marché de la banque en ligne en proposant des services innovants et en adéquation avec les attentes de ses clients.
- D'autre part, faciliter la vie de ses clients, ce qui est un des engagements forts de Boursorama Banque.
- En dernier, on peut dire que Boursorama a compris très tôt l'intérêt de maîtriser les technologies de PFM pour les déclinaisons qu'elles offrent : collecter, raffiner, consolider et exploiter la data constitue, en effet, un des relais de croissances sur un marché bancaire devenu mature.

QUELLES SONT LES FONCTIONNALITÉS PROPOSÉES PAR BOURSORAMA BANQUE DANS SON OFFRE D'AGRÉGATION DE COMPTES ?

Aujourd'hui, l'offre de PFM de Boursorama Banque permet d'agréger :

- Les comptes bancaires,
- Les comptes d'épargne,
- Les actifs financiers des comptes d'épargne.

Cette offre propose les fonctionnalités suivantes :

- Catégorisation automatique d'opération,
- Gestion budgétaire,

- Agrégation documentaire,
- Virement automatique vers un compte externe (Boursorama Banque a été le premier acteur à proposer ce service qui a été régulé par la DSP2).

L'agrégation documentaire est une distinction majeure de l'offre de PFM de Boursorama Banque par rapport aux autres acteurs du marché. Elle permet d'associer une opération bancaire avec le document correspondant, comme une facture à un prélèvement.

QUELLE EST VOTRE VISION SUR LE MARCHÉ ACTUEL DE LA PFM ET DU COACHING FINANCIER ?

Le Personal Finance Management est apparu dans les années 2000 aux Etats-Unis. Imaginées par des FinTech, ces applications étaient perçues à l'origine comme intrusives par les établissements bancaires traditionnels. Par ailleurs, l'agrégation de données bancaires par des tiers était entourée de nombreuses incertitudes :

- D'une part, quant à la viabilité de la technologie sous-jacente. En effet, le challenge pour les FinTech était de développer des robots capables de s'adapter aux interfaces des banques sur lesquelles ils venaient « scraper » les données bancaires de leurs utilisateurs.
- D'autre part, quant au vide juridique pour réguler l'activité.

Aujourd'hui, le socle technologie de la PFM est maîtrisé et des directives européennes sont venues encadrer les pratiques du marché. Les banques perçoivent désormais les agrégateurs

comme des partenaires, dans la mesure où leurs solutions tendent à valoriser la relation qu'elles ont avec leurs clients. Ainsi, toutes les FinTech de PFM françaises ont aujourd'hui au moins une banque dans leur actionnariat.

Il est amusant de constater que le marché de la PFM a connu un renversement complet : le partage de données clients qui était perçu comme une pratique intrusive à la limite de la légalité, est devenu en quelques années une norme de place.

QUELLE EST VOTRE VISION SUR LE FUTUR DE LA PFM / AGRÉGATION DE COMPTES ?

Dans un secteur marqué par l'arrivée de nouveaux entrants qui ont bouleversé les usages, la PFM doit permettre aux banques de renforcer l'intensité relationnelle qu'elles ont développé avec leurs clients. L'enjeu pour les banques est de disposer de données clients de qualité pour prendre les bonnes décisions stratégiques et commerciales et pour prioriser les investissements. Mais l'exploitation de la data est un exercice subtil : il faut savoir personnaliser ses interactions sans être perçu comme intrusif.

Sur le plan réglementaire, la DSP2 va permettre de standardiser les pratiques du marché et de renforcer le niveau de sécurité des paiements. Sa mise en œuvre s'est avérée complexe pour les banques, notamment parce qu'elle impose des procédures d'authentification fortes pour l'accès aux comptes de paiement. Mais il est encore trop tôt pour mesurer l'impact que va avoir cette réglementation sur l'évolution du marché.

NOS INTERVIEWS D'EXPERTS



Alexandre Giros
Directeur du Digital

LA BANQUE POSTALE

INTERVIEW RÉALISÉE LE 30 JUILLET 2019



Alexandre Giros, 39 ans, diplômé de l'Université Paris Dauphine et de l'ESCP Europe. Il a démarré sa carrière professionnelle en 2005 dans le monde des Médias, d'abord en Business Development pour la plateforme Digitale Vidéo de TF1, puis à la Direction de la Stratégie du Groupe TF1, sur la planification stratégique et le M&A. En 2011, il intègre BNP Paribas en tant que Coordinateur Digital, Web & Mobile, avant d'être nommé en 2013 Responsable User Experience et Medias Sociaux pour le lancement de Hello bank! en Europe. En parallèle, en 2016, il participe à la transformation des modèles de distribution du Retail de BNP Paribas en intervenant sur 5 domaines: acquisition clients, activité commerciale, CRM, points de contact clients, Customer Journeys. En janvier 2017, il rejoint la Banque Postale comme Directeur de la Stratégie et des Offres Digitales, en charge de la Banque en ligne et des offres digitales, de l'Engagement, des Médias Digitaux, de la Performance et de la Qualité de service. Il crée en juillet 2018 la Direction du Digital de La Banque Postale. Il intègre le Comité de Direction Générale en juillet 2019.

La Banque Postale était initialement une banque de particuliers (environ dix millions de clients) avec l'obligation d'assurer à tous un service bancaire minimum (droit au compte). La Banque Postale s'est par la suite diversifiée en

termes de clientèle (ouverture aux entreprises et collectivités locales) et en termes de produits (développement de la gamme de ses prêts et ouverture d'une activité d'asset management). La Banque Postale est une banque publique française filiale à 100% du groupe La Poste. Son réseau de distribution s'appuie sur des bureaux de Poste dont les agents opèrent au nom et pour le compte de la banque.

POUEZ-VOUS PRÉSENTER L'OFFRE D'AGRÉGATION DE LA BANQUE POSTALE ?

Nous avons développé l'offre d'agrégation dans le cadre du programme «Digital Citoyen» qui regroupe le développement des offres de produits et de services pour les personnes morales et les particuliers.

Cette offre répond à plusieurs objectifs:

- Satisfaire la demande de certains Smart Consumers de la banque qui avaient remonté ce besoin.
- Préserver l'intensité relationnelle créée avec les clients via le mobile. En effet, le mobile est le premier canal en termes de fréquences d'interactions. Il est en train de devenir le premier canal de gestion et sera, à terme, le premier canal de souscription. Dès lors, La Banque Postale se devait de proposer une offre de PFM pour éviter

que ses clients ne se tournent vers une application d'agrégation tierce.

- Offrir plus de lisibilité aux clients multi-bancarisés du groupe. En effet, le groupe La Poste dispose de 3 banques qui ont chacune un positionnement spécifique: La Banque Postale (banque généraliste), BPE (banque privée), Ma French Bank (lancée le 22/07/19 et 100% digitale). Un client pouvant avoir des comptes dans plusieurs de ces entités, il est important, dans une logique de simplification et de fluidité, de lui permettre de visualiser l'ensemble de ses comptes sur une interface unique.

En dernier lieu, nous pouvons dire que l'entrée en vigueur de la DSP2 et la standardisation des API ont fait de l'agrégation de comptes un des «must have» sur le marché bancaire. La Banque Postale s'est appuyée sur la technologie de la start-up Eurobits pour développer cette offre qui compte aujourd'hui plusieurs dizaines de milliers d'utilisateurs.

QUELLES SONT LES FONCTIONNALITÉS PROPOSÉES PAR LA BANQUE POSTALE DANS SON OFFRE D'AGRÉGATION DE COMPTES ?

Actuellement, nous proposons un service d'agrégation simple permettant aux utilisateurs

d'avoir une vision sur les avoirs disponibles de ses comptes d'épargne et de paiement. Pour l'instant, ce service ne collecte pas les données relatives aux crédits ou aux PEA, ni les informations de contact comme le nom et les coordonnées du conseiller bancaire.

Par la suite, nous souhaitons étendre notre offre avec les fonctionnalités suivantes:

- Catégorisation des dépenses
- Notification d'informations
- Coaching financier
- Gestion automatisée des avoirs

QUEL EST VOTRE POSITIONNEMENT SUR LE MARCHÉ DE LA PFM ?

La Banque Postale est une filiale à 100% du groupe La Poste qui a une vocation sociale et un rôle de tiers de confiance vis-à-vis de ses clients. Ces valeurs nous confèrent un positionnement spécifique sur le marché de la PFM dans la mesure où nous ne souhaitons pas commercialiser les données de nos clients.

QUELLE EST VOTRE VISION SUR LE MARCHÉ ACTUEL DE LA PFM ET DU COACHING FINANCIER ?

On constate que plus de 70% des utilisateurs d'application de PFM sont mono-bancarisés. Avoir une vue consolidée et simplifiée de

ses avoirs ne serait donc pas la principale préoccupation des utilisateurs de ces applications.

Nous pensons que les utilisateurs recherchent avant tout à avoir une vision améliorée de l'information financière. Le marché de l'agrégation et du coaching financier est donc drivé par l'UX plus que par la fonctionnalité. La data visualisation doit être un enjeu majeur des acteurs de la PFM, qui ont tendance à centrer leur stratégie sur le développement de nouveaux services comme l'initiation de paiement ou la distribution de produits financiers.

Faisons le parallèle avec l'application d'Air France. En disant, par exemple, à ses utilisateurs qu'ils ont parcouru deux fois le trajet de la Terre à la Lune et qu'ils ont visité 36 capitales en un an, l'application propose une autre vision du voyage, qui fait la valeur ajoutée à ce canal d'interaction et de souscription.

L'expérience client des applications de PFM risque, cependant, de se complexifier avec l'entrée en vigueur de la DSP2 qui impose l'authentification forte pour accéder aux données des comptes de paiement. Prenons l'exemple d'une personne qui utilise l'application Bankin' pour agréger des comptes qu'il aurait à La Banque Postale et chez BNP Paribas. Avec la DSP2, il devra procéder tous les 90 jours à une authentification forte pour ses comptes de paiement à La Banque Postale

et chez BNP Paribas. Une autre authentification forte devra être réalisée en web scraping pour les comptes d'épargne. Ces contraintes vont dégrader l'expérience utilisateur et constituer un des principaux challenges pour les acteurs de la PFM dans les mois à venir.

QUELLE EST VOTRE VISION SUR LE FUTUR DE LA PFM / AGRÉGATION DE COMPTES ?

Il est difficile d'avoir une vision prospective du marché de la PFM. Nous constatons, cependant, que son écosystème est très segmenté : les applications qui remportent du succès sont positionnées sur des besoins spécifiques comme la gestion des abonnements, des échéances de crédits, les virements inter-comptes, etc. Il semble difficile de concevoir une application généraliste qui proposerait un éventail élargi de fonctionnalités. Ainsi, on ne devrait pas voir émerger dans le futur de « killer app » qui monopoliserait le marché de la PFM.

Au-delà de l'UX, l'avenir de la PFM réside dans l'hyper personnalisation de la data qui renforcera la valeur ajoutée de ces applications par rapport aux relevés de compte bancaire.



Christophe Leroy

Head of digital transformation

BGL BNP Paribas

INTERVIEW RÉALISÉE LE 19 JUILLET 2019



BGL BNP PARIBAS

En charge de la stratégie de transformation digitale chez BGL BNPP depuis 2017, Christophe LEROY possède une expérience approfondie du domaine de la distribution digitale et des modèles de services de la Banque de Détail. Précédemment, il a piloté plusieurs programmes de transformation autour de la gestion de la relation client multi-canal et du marketing opérationnel.

BGL BNP Paribas (www.bgl.lu) est une des plus grandes banques du Grand-Duché de Luxembourg et fait partie du Groupe BNP Paribas. Elle propose à ses clients particuliers, professionnels, entreprises et de banques privées une gamme particulièrement large de produits financiers et de solutions de banque-assurance. Fin 2018, BGL BNP Paribas employait 2 474 collaborateurs au Luxembourg. En 2018, BGL BNP Paribas a été désignée « Bank of the Year » au Luxembourg par The Banker ainsi qu'en 2019 « Best Bank in Luxembourg » pour la 4^e année consécutive par Euromoney.

COMMENT SE COMPOSE VOTRE PLATEFORME DIGITALE ?

Nous sommes actuellement en pleine refonte de nos plateformes digitales. Nous avons commencé par refaire intégralement le site client il y a un an et demi, ce qui nous a permis de passer d'un Web Banking statique à un Web

Banking responsive capable de s'adapter à tout type de devices. Nous avons ensuite refait le portail visiteur (le site public bgl.lu). Depuis 2014, nous avons développé et continuons de travailler sur notre application mobile qui évolue d'ailleurs très régulièrement.

Il est intéressant de noter que depuis quelques années, nous sommes passés d'une approche web-first à une approche mobile-first voire mobile-only. De plus en plus de clients utilisent leurs applications mobiles bancaires notamment pour les parties liées à la consultation, l'alerting, ou les informations rapides. Pour la partie transactionnelle (virement, ordre de bourse...), les clients restent néanmoins encore attachés à l'utilisation de l'ordinateur.

Ce que nous constatons surtout, c'est que le mobile est un bon vecteur d'engagement et d'interaction avec les clients. On remarque un pourcentage d'interaction qui est 2 à 3 fois plus élevé sur le mobile que sur le web. Pour autant, on ne connaît pas de phénomène de cannibalisation entre les canaux : le volume de visites reste stable sur l'ordinateur mais est en très forte augmentation sur le mobile.

QUELLES SONT LES GRANDES FONCTIONNALITÉS QUE VOUS OFFREZ ACTUELLEMENT SUR VOTRE APPLICATION ?

Nous avons l'ensemble des fonctionnalités « basiques », que les autres acteurs de la place

ont aussi. Notre avantage, c'est de les présenter sous une forme originale, notamment sur le volet PFM.

Par exemple, chez la plupart des acteurs de la place luxembourgeoise, l'offre de PFM est plutôt « statique » avec des informations brutes. De notre côté, nous avons voulu directement proposer un PFM « dynamique », c'est-à-dire basé sur l'intelligence artificielle pour interpréter les données et pousser des informations pertinentes à nos clients.

Nous avons donc implémenté la solution de la FinTech Personetics chez BGL BNP Paribas, la Banque étant pilote pour le groupe BNP Paribas sur ce sujet. L'outil se nomme Genius. Genius propose une solution push de notifications spécifiques au cas du client, poussées de manière proactive et pertinente au moment de l'envoi, basées sur l'activité transactionnelle de nos clients, leur localisation et leurs préférences, orchestrées par une intelligence artificielle.

Nous avons actuellement des alertes sur les dépenses, les paiements inhabituels, les paiements de salaire, les remboursements, les nouveaux commerçants etc., même si, pour l'instant, nous n'avons implémenté qu'une petite partie des insights qui sont possibles avec Personetics.

En plus de cela, Genius est en mesure d'utiliser la géolocalisation. Il est donc, par exemple, capable de détecter que vous êtes en déplacement à l'étranger et peut vous pousser des informations sur les frais de change, des points d'attention sur les assurances cartes, etc.

C'est un outil que nous voulons très personnalisé et pertinent pour le client.

La force de notre outil de PFM, c'est que l'Intelligence Artificielle apprend en continu : à chaque notification, le client est invité à noter l'information afin de permettre à Genius de prendre en compte les préférences du client

pour ne pousser que les informations les plus adéquates à chaque client. C'est donc grâce à la notation de l'insight que l'Intelligence Artificielle va déterminer si elle va continuer d'en envoyer au client, à quelle fréquence et quel type d'information.

POURQUOI AVEZ-VOUS DÉCIDÉ DE LANCER CETTE OFFRE DE PFM ?

D'un point de vue stratégique, cette décision est très liée à l'évolution du marché et aux attentes clients : plus de transparence et plus d'accompagnement. Il est clair que la relation entre le client et son banquier est en pleine évolution ; elle n'est plus uniquement basée sur le produit, puisque ce dernier est en train de se commoditiser. C'est finalement autour de la relation et de la capacité d'accompagnement que la banque peut désormais créer de la valeur.

C'est ce changement d'attentes qui est à la base de la réflexion mais aussi la réglementation DSP2 qui, en changeant le paradigme et en ouvrant les données bancaires des clients aux acteurs tiers, amène un enjeu de préservation de la relation client. Nous avons vraiment vocation à nous positionner comme le partenaire clé sur le volet digital pour les clients.

POURQUOI ÊTRE PARTIS PLUTÔT SUR UNE SOLUTION DYNAMIQUE PLUTÔT QUE STATIQUE ?

Nous avons fait des recherches utilisateurs qui ont démontré que la cible intéressée par les solutions de PFM ne représente que 5 à 8% des clients ; ce sont des clients qui ont l'habitude de suivre leurs dépenses de manière très fine notamment sur Excel. Il s'agit, au final, d'une part assez faible de notre clientèle.

Nous avons aussi compris, grâce à nos recherches, que la plupart des gens ont besoin de suivre leurs finances mais n'ont pas néces-

sairement envie de faire des efforts particuliers pour y arriver.

C'est d'autant plus vrai pour un marché comme le Luxembourg, où le niveau de vie moyen est élevé. De ce fait, le niveau d'effort pour lequel les clients étaient prêts à consentir, pour faire du budget management, était assez bas.

C'est la raison pour laquelle nous sommes partis sur une approche permettant à l'utilisateur d'avoir des informations pertinentes sur ses finances, sans qu'il soit obligé de faire un effort quelconque.

QUE PENSEZ-VOUS DES OUTILS DE CATÉGORISATION DES DÉPENSES ET REVENUS ?

La catégorisation est de toute évidence la base. Mais sur notre outil Genius, elle est plutôt sous-jacente. Nous pensons qu'il est plus intéressant de fournir des informations déjà interprétées et à propos aux clients plutôt qu'un camembert de ses dépenses par catégorie, sans réelle valeur ajoutée. L'information brute n'est pas très intéressante ; c'est la comparaison des comportements de dépenses qui est intéressante, notamment pour gérer son budget.

Avec Genius, contrairement à des PFM classiques, le client reçoit des insights qualitatifs basés sur la catégorisation plutôt que de la visualisation pure de catégorisation. Notre outil est finalement beaucoup plus orienté coaching financier et accompagnement des clients.

COMMENT AVEZ-VOUS RÉUSSI À METTRE EN PLACE UNE TECHNOLOGIE QUI SOIT ASSEZ PERTINENTE ET PERFORMANTE POUR RÉALISER CETTE CATÉGORISATION SOUS-JACENTE MAIS AUSSI CES INSIGHTS PERSONNALISÉS ?

La technologie ne vient pas de nulle part, elle est le résultat de notre collaboration avec Personetics et elle a été spécifiquement

entraînée sur les mouvements de cartes bancaires de nos clients. La qualification des données en amont est néanmoins un gros travail, si ce n'est pas le plus complexe. Elle permet de s'assurer que la donnée est disponible et de qualité suffisante : en effet, Genius doit être suffisamment alimentée et entraînée pour générer des insights de qualité. Ensuite l'Intelligence Artificielle apprend constamment, sous réserve qu'elle ait assez de matière.

AVEC QUELLES INFORMATIONS EST ALIMENTÉ GENIUS ? PARTIREZ-VOUS SUR DE L'AGRÉGATION DE COMPTES EXTERNES POUR ALIMENTER D'AVANTAGES L'OUTIL ?

Le Luxembourg est un marché spécifique : le taux de multi-bancarisation est assez élevé avec 60% à 70% des clients qui ont des comptes dans plusieurs établissements bancaires. Justement compte tenu du taux de multi-bancarisation et du fait que 50% de la clientèle résidente au Luxembourg est d'origine étrangère, nous pensons donc que l'intérêt d'un outil d'agrégation est plus élevé ici qu'ailleurs.

De plus, beaucoup de clients viennent au Luxembourg pour travailler mais gardent leur relation bancaire avec leur pays d'origine. Dans ce contexte, fournir une vue consolidée en ligne a déjà de la valeur en soi. Je pense que ça ne serait pas forcément le cas si on était en Belgique ou en France où le taux de multi-bancarisation est plus faible.

Il est donc évident que nous nous intéressons également à l'agrégation de comptes externes. Ceci ne fait cependant du sens que sur un périmètre au-delà de la DSP2, en agrégeant plus que des comptes de paiement et sur une offre d'agrégation multi-pays.

L'étape suivante serait de combiner Genius et agrégation de comptes externes pour offrir à nos clients une expérience 360° de suivi de leurs comptes.

QUELS SONT LES CLIENTS QUI ONT ACTUELLEMENT ACCÈS À GENIUS ? QUELS SONT LEURS RETOURS ?

L'option que nous avons pris dès le départ était d'offrir Genius à l'ensemble de nos clients car de notre point de vue, tous nos clients doivent pouvoir bénéficier d'un accompagnement. Cela génère aussi de l'engagement autour de l'usage de l'application. Tous les clients de l'application sont donc par défaut utilisateurs de Genius.

Par principe, nous n'avons pas une vision limitative du coaching financier. Cela s'adresse donc à tout type de clients mais Genius va pouvoir s'adapter en fonction du besoin. Par exemple, sur la gestion budgétaire quotidienne, axée sur le court terme, on va adresser des questions sur « Comment faire face aux imprévus ? », « Comment maintenir un niveau de sécurité ? », « Comment se mettre en sécurité par rapport aux aléas de la vie ? » etc. ; par contre, sur le coaching financier moyen et long terme, on va viser les besoins concernant la préparation de la retraite, l'avenir des enfants, etc.

Les deux types de coaching se complètent, l'un étant plutôt digital, l'autre plutôt en relationnel. La banque peut agir sur ces deux volets pour garantir le bien-être financier de ses clients. Et nos retours clients sont plutôt positifs. Le taux de recommandation sur Genius se situe aux alentours de 70%.

Y AURA-T-IL VOCATION À MONÉTISER LE SERVICE ?

Pour les raisons énoncées précédemment, nous n'avons ni la vocation ni l'envie de monétiser ce service pour notre clientèle de particuliers. Nous avons pris la décision de développer cet outil pour optimiser le service client et jouer pleinement notre rôle de partenaire de confiance de nos clients, en les accompagnant réellement dans la gestion de leurs finances personnelles. Néanmoins, la question de la monétisation

se posera possiblement au moment où nous réfléchirons au volet professionnel, avec des insights orientés entreprises.

SELON VOUS, QUELLES SONT LES DIFFICULTÉS À METTRE EN PLACE UN OUTIL DE PFM ET D'AGRÉGATION DE COMPTES ?

Je dirais que nous avons été confrontés à trois difficultés majeures.

La première étant les données. La difficulté a été ici de réussir à appréhender la masse de données que nous avons. Nous savons quelles données utiliser mais nous ne connaissons pas forcément le détail de cette donnée, sa finesse. Il est important de se plonger dans le détail de la donnée, comprendre comment elle est structurée, connaître son niveau de fiabilité, pour savoir comment l'utiliser par la suite.

La deuxième difficulté a été notre première vraie confrontation au « Privacy by design » de la GDPR. Nous avons donc dû prendre en compte tous les impacts GDPR et cela a d'ailleurs joué sur le nombre et le caractère des insights : par exemple, tous les insights à caractère commercial sont sortis du périmètre. De même, la GDPR a accru la sensibilité des clients aux questions de protection et d'utilisation de leurs données notamment dans le contexte de l'agrégation ou du PFM. Nous avons géré cette difficulté en étant très transparents sur la sécurité des données, la protection des données personnelles et les conditions d'utilisation de services. Ce que nous avons tout de même appris par nos enquêtes client, c'est que les clients ont moins de difficulté à confier la collecte et le traitement de leurs données bancaires à leur banque plutôt qu'à une FinTech. Ce qui est un avantage pour nous.

Enfin, la dernière difficulté que nous avons rencontré est inhérente à la capacité de

travailler avec des FinTech. Ce sont des mondes complètement différents. Nous avons eu, des deux côtés, tout un travail d'apprentissage pour réussir à travailler ensemble, travailler sur des problématiques de sécurité.

SELON VOUS, QUELS SONT LES ENJEUX DU PFM DE DEMAIN ?

Genius est déjà un PFM 2.0, de seconde génération, basé sur l'Intelligence Artificielle et capable de s'adapter au comportement et aux attentes du client, là où il y a encore beaucoup d'acteurs qui implémentent du PFM de première génération, c'est-à-dire basé sur des règles statiques et communes à tous les clients, donc nous sommes un peu précurseurs sur le marché. Ce qui va être très important pour la suite, c'est d'offrir ce service en le couplant avec de l'alerting et surtout d'avoir une Intelligence Artificielle permettant d'avoir des insights très spécifiques, personnalisés et très pertinents.

Au-delà de la personnalisation du PFM, il y a une évolution très probable vers la capacité d'action. Aujourd'hui, nous sommes en mesure de dire au client qu'il a une possibilité d'épargne de 100 € mais demain, il faudra lui proposer d'agir directement et simplement, c'est-à-dire, de souscrire à des produits de placement ou d'épargne, voire de transférer automatiquement 100€ sur son compte épargne.

Et c'est réellement à ce stade que cela devient intéressant d'accompagner le client : c'est réussir à coupler une valeur informationnelle avec une valeur d'action et une valeur produit. Demain, grâce au coaching financier, le client va être en capacité d'automatiser et de paramétrer un certain nombre de règles qui vont agir sur ses comptes.

L'initiation de paiement, via la DSP2, va aussi accentuer le rôle de coaching financier, permettant au client de faire du cash manage-

ment entre ses différents comptes ou même d'organiser sa vie quotidienne et de construire ses projets à partir d'une vue holistique de ses finances.

PENSEZ-VOUS QUE TOUS LES ACTEURS DE LA PLACE VONT OFFRIR UNE SOLUTION DE CE TYPE À LEURS CLIENTS ?

Je pense que l'agrégation de comptes et le PFM vont devenir des services de base. L'agrégation notamment n'est pas auto-suffisante mais elle permet de construire des services adjacents pour permettre de créer de la valeur. Et c'est encore une fois là où les banques vont se distinguer les unes des autres. Ce n'est pas nécessairement d'offrir des fonctionnalités de PFM ou d'agrégation, mais plutôt ce qu'on va construire comme expérience derrière. Il faut avant tout être capable de construire une expérience client. C'est au final l'expérience utilisateur qui va différencier les banques et les acteurs entre eux.

Toutes les banques vont à mon sens investir sur le sujet, mais toutes les banques ne vont pas nécessairement en récolter les fruits. Certaines banques vont le faire de manière minimale pour s'adapter au marché et d'autres vont le faire avec des systèmes trop complexes et nécessitant des taux d'effort trop importants pour le client...

Les banques qui réussiront à tirer leur épingle du jeu ne sont pas nécessairement les premières à mettre en place cette technologie. Mais ce sont celles qui auront réussi à créer la meilleure expérience utilisateur globale.



5.

CONCLUSION

5.

CONCLUSION

L'enquête menée sur le second semestre 2019 montre que, sur les marchés français, belge et luxembourgeois, les fonctionnalités d'agrégation de comptes et de Personal Finance Management sont encore peu connues des clients.

Un tel constat pourrait amener à la conclusion que le développement de ces fonctionnalités n'est pas aujourd'hui une priorité pour les acteurs bancaires ou les FinTech. Une analyse plus fine des résultats de l'enquête conduit cependant à conclure en sens inverse.

Les résultats montrent en effet que si les termes d'agrégation de comptes et de PFM sont encore peu connus, les clients perçoivent de manière plus précise le contenu des fonctionnalités quand elles sont décrites de manière concrète. Lorsque c'est le cas, la proportion de clients utilisant déjà ou se déclarant intéressés par la fonctionnalité augmente de manière significative. De même, il est frappant de constater que les populations jeunes et/ou éduquées sont celles qui sont les plus informées et intéressées par ces fonctionnalités. La sur-représentation de ces populations nous semble être un indice du développement prochain des besoins clients, à l'image de ce qui a été expérimenté dans la pénétration de l'internet ou du mobile au sein de la population européenne.

De plus, comme le montrent bien les interviews des personnalités qualifiées présentées dans cette enquête, notre conviction est que le marché n'est aujourd'hui qu'au stade naissant des fonctionnalités. Dans les années qui viennent, la technologie, et particulièrement celle de l'Intelligence Artificielle, va permettre de faire progresser de manière significative la valeur ajoutée des outils de PFM : meilleure capacité à prévoir les soldes futurs, à identifier une dépense extraordinaire, à recommander des supports d'investissement adaptés au client etc. Les cas d'usage de ces fonctionnalités de PFM vont s'affiner, devenir de plus en plus personnalisés et apporter de la valeur concrète aux clients.

Ces outils d'agrégation de comptes et de PFM nous semblent ainsi être un des leviers de l'évolution de la proposition de valeur d'une banque ou d'une FinTech à ses clients. De bons outils d'agrégation de comptes et de PFM doivent en effet permettre aux acteurs qui les proposeront de passer d'un statut de fournisseurs de services financiers à un statut de conseil et de coach, facilitant la vie des clients. Ces outils sont ainsi une des clefs pour concentrer la relation BtoC qui est, sur le moyen terme, celle qui génère le plus de revenus.

Le paysage de ce marché est encore en phase de stabilisation, avec des niveaux de maturité divers selon les pays, la France étant globalement en avance par rapport à la Belgique et au Luxembourg. Les FinTech, longtemps en avance en termes de fonctionnalités, peinent à facturer et à créer de la valeur. Les banques longtemps bloquées sur leur opposition de principe face aux agrégateurs, se sont désormais lancées dans ces fonctionnalités ; mais leur offre reste, dans l'ensemble, inférieure à celle des FinTech. Elles ont, pour l'essentiel, conclu des partenariats avec les FinTech pour proposer à leurs clients les services d'agrégation de comptes et de PFM. Certaines d'entre elles ont décidé d'acquérir des participations dans ces FinTech.

Notre conviction est que les conditions sont désormais réunies pour que ces outils se développent et deviennent des facteurs de différenciation importants entre les acteurs, susceptibles de bouleverser les situations de marché de manière significative. Loin de négliger ces fonctionnalités, il nous paraît ainsi crucial que les acteurs financiers en fassent des priorités de leur futurs investissements dans le digital, avec la meilleure expérience possible pour l'utilisateur, sous peine de perdre la relation principale avec leurs clients.

6.

À PROPOS DE SQUARE

SQUARE

Square est un cabinet de conseil en stratégie et organisation. Créé en 2008, doté d'une très forte culture entrepreneuriale, soucieux des enjeux éthiques et sociétaux (www.fondation-square.org) il est présent en France, en Belgique et au Luxembourg. Il a réalisé en 2019 un chiffre d'affaires de 120M€. S'appuyant sur les travaux de recherche & développement qu'il mène avec les laboratoires de plusieurs grandes écoles et universités, il intervient majoritairement auprès des grandes entreprises issues des secteurs de la banque, de l'assurance, du retail et de la grande consommation.

SQUARE DANS LA BANQUE

Square est reconnu dans le domaine bancaire autour de ses domaines d'excellence que sont la data, la transformation digitale, l'innovation, le marketing ou les stratégies RH, mais également sur ses expertises autour des problématiques de conformité et de risque. Il accompagne sur des projets stratégiques ou organisationnels les 10 plus grandes banques françaises, belges et luxembourgeoises.

SQUARE SUR LES SUJETS SPÉCIFIQUES PFM ET AGRÉGATION

L'agrégation de comptes et la gestion des finances personnelles (PFM) apportent de nouvelles fonctionnalités pour le client qui doivent s'inscrire complètement dans les applications et sites pour en assurer une parfaite utilisation. Si les FinTech se sont déjà

emparées du sujet, les banques ont encore des changements à opérer. Ces évolutions ont de forts impacts organisationnels et opérationnels pour les banques et doivent être anticipées et traitées.

Square peut intervenir à 3 niveaux sur les problématiques de PFM et d'agrégation :

STRATÉGIE

- Définition de nouveaux modèles pour la banque de détail : Open Banking
- Etude comparative du marché et étude prospective

ORGANISATION

- Gestion de partenariats
- Décryptage réglementaire (DSP2, GDPR)
- Mise en place d'organisations Agile

OPÉRATION

- Revue de parcours client sur les applications Web et Mobile : analyse des Touchpoints et des points de frustration client (empathy map)
- Structuration de programme et gouvernance de programme (direction de programme, PMO)
- Cadrage de projet en méthodologies classique ou innovantes (Design Thinking, Customer Centric...)
- Pilotage de projet PFM et d'agrégation de comptes (chef de projet, Product Owner)
- Définition et mise en œuvre des plans de communication auprès des clients

CONTACTS



MARC CAMPI

Partner Square

marc.campi@square-management.com



AUDREY DHELLEMES

Principal Square

Audrey.dhellemmes@square-management.com



MARGAUX RUDNICKI

Consultante Square

mri@initio.eu



DONNER DU FUTUR AU TALENT

square-management.com
